



Porque fico em casa?

por

Marco André Soares Caseira

Dissertação de Mestrado em Gestão de Serviços

Orientado por:

Prof.^a Dr.^a Raquel Filipa do Amaral Chambre de Meneses Soares Bastos Moutinho

Faculdade de Economia da Universidade do Porto

Setembro de 2014

Nota Biográfica do Autor

Marco André Soares Caseira, nascido a 22 de Agosto de 1986, natural de Matosinhos.

Em 2004 ingressou na Faculdade de Engenharia da Universidade do Porto, tendo concluído o Mestrado Integrado em Engenharia Ambiental no ano de 2010.

Em 2010 iniciou a sua atividade profissional, integrando o departamento comercial da empresa Correia & Correia, Lda., empresa, do grupo Mota-Engil, que atua na área da gestão de resíduos industriais. Atualmente exerce ainda funções na referida empresa.

Em 2012 retoma o percurso académico, ingressando na Faculdade de Economia da Universidade do Porto, no Mestrado de Gestão de Serviços.

Agradecimentos

A realização desta dissertação de mestrado não seria possível sem a colaboração de várias pessoas às quais não posso deixar de agradecer.

Um agradecimento à minha orientadora, Prof.^a Raquel Filipa do Amaral Chambre de Meneses Soares Bastos Moutinho, por toda a disponibilidade, assertividade e os ensinamentos facultados ao longo deste percurso e que foram fundamentais para o sucesso deste projeto.

À Dr.^a Mariana Carvalho, e Dr. Daniel Sá pela partilha do conhecimento adquirido na área em estudo e aos restantes entrevistados e todos aqueles que responderam ao inquérito sem os quais este trabalho não seria possível.

À Inês, por estar ao meu lado nesta etapa da minha vida, pela sua compreensão, pelas muitas horas roubadas e pelo apoio incondicional que me deu ao longo de todo o Mestrado.

Um agradecimento ao colega de curso José Pedro, pela entreajuda e pela partilha de ideias, de conhecimento e experiencias que fomos tendo ao longo de todo o projeto.

Aos meus pais, irmão, amigos e familiares, pelo tempo não passado com eles para dedicação à tese, mesmo sem intervenção direta no presente trabalho, sempre incentivaram e apoiaram ao longo deste período.

Obrigado a todos!

Resumo

O presente estudo foi desenvolvido no âmbito do Mestrado em Gestão de Serviços da Faculdade de Economia da Universidade do Porto e procura identificar as razões pelas quais os adeptos de futebol não se deslocam aos estádios para assistirem aos jogos do seu clube, procurando responder à questão “Porque fico em casa?”.

Procura-se acrescentar conhecimento, que servirá de suporte aos responsáveis de marketing dos clubes, proporcionando uma melhor perceção do que tem constrangido os adeptos a deslocarem-se aos estádios e, assim, atuarem em conformidade para inverter a situação.

Para atingir o objetivo pretendido, foi adotada uma metodologia mista sequencial, iniciando com uma investigação qualitativa para fins exploratórios, perseguida de uma pesquisa quantitativa realizada com uma amostra (567) de maior dimensão. Numa primeira fase, foram efetuadas 13 entrevistas exploratórias, cujo guião teve como base a revisão da literatura, efetuada previamente. Com base na revisão da literatura e análise das respostas às entrevistas, foram identificadas 16 variáveis e desenhado um modelo de análise de equações estruturais, constituído por 24 hipóteses, as quais foram testadas na segunda fase do estudo. Esta segunda fase envolveu uma investigação por questionário com vista à quantificação da informação, com recurso a análise estatística.

Dos resultados obtidos concluiu-se que a decisão dos adeptos ficarem em casa é essencialmente influenciada pelas transmissões televisivas dos jogos e pelo interesse dos adeptos no clube. Por outro lado, observou-se também que o interesse no clube é também afetado pela performance desportiva do clube.

Recomenda-se que os clubes realizem processos de segmentação de mercado, alinhando o nível de identificação dos adeptos com as motivações que elevam esse interesse

Palavras-chave: Fico em casa, Futebol, Assistências, Estádios, Público, Clube, não-público.

Abstract

The present study was conducted as part of the Master in Services Management in Faculty of Economics, University of Porto and seeks to identify the reasons why football supporters don't go support their clubs at the stadium and tries to find the answer the question "Why do I stay at home?"

We want add knowledge to support the marketers of football clubs, providing them with a better perception about what are the constrain factors that stop the supporter of going to the stadiums and what they can do to reverse the situation.

To achieve the desired goal a mixed methods sequential was adopted, starting with a qualitative exploratory research, followed by a quantitative survey with a bigger sample. In a first phase, 13 exploratory interviews were conducted, whose script was based on literature review. Based on the literature review and analysis of the interviews, 16 variables were identified and a Structural Equations Model with 24 cases was build, which was tested in the second phase of the study. This second phase involved an investigation by questionnaire to the quantification of information, with the statistical analysis resource.

The results showed that the fans decision to stay at home is essentially influenced by the matches broadcasting and the level of the fans interest on their clubs. On the other Side, it was also noted the fans interest on their club is directly by the current sport performance of the club.

It is recommended that clubs use market segmentation processes to be able to provide the fans with the right motivations that increase their interest in the club.

Keywords: stay at home, Football, Soccer, Attendance, Stadiums, Public, non-public, non-attendance

ÍNDICE

| | | |
|--------|--|----|
| 1. | Introdução..... | 1 |
| 2. | Revisão da Literatura | 7 |
| 2.1. | Abordagens Iniciais | 9 |
| 2.2. | Análise da Influência das Infra-estruturas | 11 |
| 2.3. | Perspetiva Económica e Transmissões televisivas | 12 |
| 2.4. | Perspetiva do Lazer Séri..... | 13 |
| 2.5. | Importância do Género | 14 |
| 2.6. | Conclusão | 15 |
| 3. | Estudo empírico | 17 |
| 3.1. | Pesquisa Qualitativa | 17 |
| 3.1.1. | Metodologia | 17 |
| 3.1.2. | Resultados e discussão | 19 |
| 3.2. | Modelo de Estudo | 20 |
| 3.3. | Pesquisa Quantitativa | 38 |
| 3.4. | Modelo de Estimação..... | 40 |
| 4. | Resultados | 42 |
| 4.1. | Descrição da Amostra | 42 |
| 4.2. | Validação Modelo Medida | 45 |
| 4.3. | Estimação e Validação do Modelo Estrutural | 47 |
| 4.4. | Introdução de Fatores Moderadores e Análise Multigrupo | 51 |
| 4.4.1. | Género..... | 53 |
| 4.4.2. | Idade..... | 56 |
| 4.4.3. | Estado Civil | 58 |
| 4.4.4. | Número de Filhos | 60 |
| 4.4.5. | Estado Profissional | 62 |
| 4.4.6. | Habilitações Literárias | 64 |
| 4.4.7. | Clube | 66 |
| 4.5. | Conclusão | 68 |
| 5. | Conclusão | 71 |
| | Bibliografia | 74 |
| | ANEXOS | 77 |

| | |
|---|-----|
| Anexo I - Guião das Entrevistas Exploratórias..... | 78 |
| Anexo II – Inquérito..... | 79 |
| Anexo III – Transcrição das Entrevistas | 91 |
| Anexo IV - Dados Estatísticos da Estimação do Modelo | 132 |
| Anexo V - Dados Estatísticos dos Multigrupo | 135 |
| Anexo VI – Cálculos da análise estatística dos Multigrupos..... | 155 |

Índice de Figuras

| | |
|--|----|
| Figura 1: Evolução das Assistências médias das ligas de 6 países europeus entre 2006 e 2011. . | 3 |
| Figura 2: Evolução das Assistências médias de 8 clubes europeus entre 2006 e 2011..... | 4 |
| Figura 3: Modelo de análise de equações estruturais | 22 |
| Figura 4: Exemplificação gráfica da diferença entre modelos reflexivos e formativos | 41 |
| Figura 5: Distribuição da amostra quanto ao número de jogos visionados no estádio e pela TV | 42 |
| Figura 6: Distribuição da amostra relativamente ao nível de habilitações, estado profissional, estado civil e número de filhos..... | 43 |
| Figura 7: Distribuição da amostra por idade | 44 |
| Figura 8: Distribuição da amostra por clube | 45 |
| Figura 10: Estrutura do modelo estimado | 50 |

Índice de Tabelas

| | |
|--|----|
| Tabela 1 – Assistências médias e taxas de ocupação das 20 principais ligas europeias entre 2006 e 2011..... | 2 |
| Tabela 2 - Assistências médias e taxas de ocupação de 16 clubes portugueses entre 2006 e 2011. | 3 |
| Tabela 3: Quadro resumo das entrevistas exploratórias..... | 18 |
| Tabela 4: Quadro resumo da análise das entrevistas exploratórias..... | 19 |
| Tabela 5: Quadro resumo das variáveis em estudo..... | 20 |
| Tabela 6: Variáveis manifestas | 38 |
| Tabela 7: Indicadores de qualidade do modelo..... | 47 |
| Tabela 8: Tabela resumo dos valores obtidos via SMARTPLS..... | 47 |
| Tabela 9: Quadro resumo da Validade Estatística das Hipóteses em Estudo | 49 |
| Tabela 10: Quadro resumo da divisão multi-grupo..... | 52 |
| Tabela 11: Tabela resumo dos valores obtidos via SMARTPLS para os sub-grupos divididos quanto ao género | 54 |
| Tabela 12: Quadro resumo da validade estatística das hipóteses em estudo para os sub-grupos divididos quanto ao género | 55 |
| Tabela 13: Quadro resumo da validade estatística das hipóteses em estudo para os sub-grupos divididos quanto à idade | 56 |
| Tabela 14: Quadro resumo da validade estatística das hipóteses em estudo para os sub-grupos divididos quanto ao estado civil..... | 59 |
| Tabela 15: Quadro resumo da validade estatística das hipóteses em estudo para os sub-grupos divididos quanto ao número de filhos | 61 |
| Tabela 16: Quadro resumo da validade estatística das hipóteses em estudo para os sub-grupos divididos quanto ao estado profissional | 62 |
| Tabela 17: Quadro resumo da validade estatística das hipóteses em estudo para os sub-grupos divididos quanto às habilitações literárias..... | 64 |
| Tabela 18: Quadro resumo da validade estatística das hipóteses em estudo para os sub-grupos divididos quanto ao clube | 66 |
| Tabela 19: Quadro resumo de análise à questão em estudo..... | 68 |

1.Introdução

Com este estudo pretende-se compreender a razão pela qual os adeptos desportivos, mesmo gostando muito de futebol, não se deslocam aos estádios para assistirem aos jogos. O futebol é cada vez mais um desporto profissional, onde os clubes funcionam como empresas e os custos e despesas com os jogos têm sofrido um aumento considerável (Swanson et al, 2003). Torna-se, por isso mesmo, cada vez mais urgente gerar receitas para os clubes, sendo que os bilhetes dos espetadores representam um papel relevante nesse aspeto. Pretende-se assim, acrescentar conhecimento, que servirá de suporte aos responsáveis de marketing dos clubes, proporcionando uma melhor perceção do que tem constrangido os adeptos a deslocarem-se aos estádios e, assim, atuarem em conformidade para inverter a situação.





















O futebol move paixões e tem adeptos por todo o mundo, sendo o principal desporto em muitos países, com 3.5 milhares de milhões de adeptos¹ é apontado como o desporto com mais seguidores a nível mundial. Contudo, é bastante usual vermos jogos em que os estádios estão completamente despidos de pessoas.

No caso português, à exceção dos jogos do Futebol Clube do Porto (Porto), Sport Lisboa e Benfica (Benfica), Sporting Clube de Portugal (Sporting) e Vitória Sport Club (V. Guimarães) são raros os jogos onde se observam mais lugares ocupados do que livres. E mesmo os quatro clubes, acima mencionados, não estão isentos deste fenómeno.

Num estudo realizado (Sá, 2011) pelo IPAM - Instituto Português de Administração de Marketing - foram analisadas as assistências médias entre 2006 e 2011 das principais ligas de 20 países europeus (ver Tabela 1).

¹ <http://academic.aucegypt.edu/independent/?p=2396>

Tabela 1 – Assistências médias e taxas de ocupação das 20 principais ligas europeias entre 2006 e 2011.

| | | País | Assistências 2006-2011 | Tx. Ocupação 2006-2011 |
|-----|---|-------------|-----------------------------------|---------------------------------------|
| 1. |  | Alemanha | 40.641 | 88,06% |
| 2. |  | Inglaterra | 34.301 | 89,49% |
| 3. |  | Espanha | 27.317 | 69,98% |
| 4. |  | Itália | 22.699 | 47,83% |
| 5. |  | França | 20.108 | 71,77% |
| 6. |  | Holanda | 18.859 | 85,10% |
| 7. |  | Escócia | 14.665 | 68,58% |
| 8. |  | Rússia | 12.168 | 41,53% |
| 9. |  | Portugal | 10.926 | 45,82% |
| 10. |  | Suiça | 10.710 | 54,26% |
| 11. |  | Bélgica | 8.953 | 52,23% |
| 12. |  | Ucrânia | 8.395 | 41,56% |
| 13. |  | Noruega | 8.141 | 64,74% |
| 14. |  | Grécia | 8.109 | 33,65% |
| 15. |  | Áustria | 7.801 | 48,34% |
| 16. |  | Polónia | 7.496 | 44,92% |
| 17. |  | Dinamarca | 7.381 | 47,35% |
| 18. |  | Suécia | 7.306 | 41,92% |
| 19. |  | Roménia | 5.951 | 37,98% |
| 20. |  | Rep. Checa | 4.765 | 36,16% |

Fonte: Relatório do IPAM (2011, p.8)

Como se pode observar, Portugal situa-se no nono lugar, com uma assistência média a rondar os 11 mil espetadores e uma taxa média de ocupação de 45,82 %. Na mesma tabela, observa-se que 11 dos 20 países analisados, apresentam uma taxa de ocupação inferior a 50%.

Analisando, em concreto cada clube da liga portuguesa (ver

Tabela 2), apenas 5 clubes apresentam uma assistência média superior à média nacional, sendo que os restantes apresentam valores entre os 50% e 20% do valor médio nacional.

Tabela 2 - Assistências médias e taxas de ocupação de 16 clubes portugueses entre 2006 e 2011.

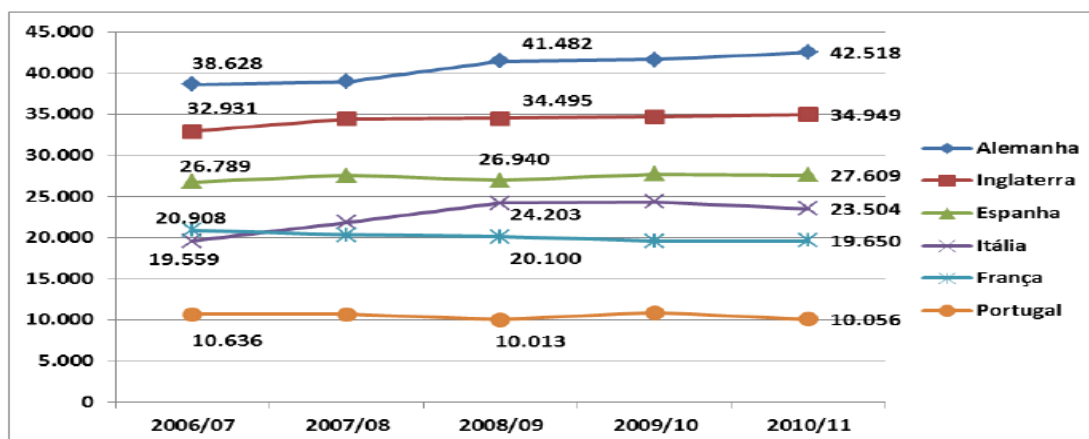
| Clube | Assistências 2006-2011 | Taxa de Ocupação |
|--------------|---------------------------|---------------------|
| Benfica | 40089 | 61,68% |
| Porto | 37325 | 74,06% |
| Sporting | 27729 | 55,40% |
| V. Guimarães | 16498 | 55,24% |
| Braga | 13435 | 44,36% |
| Académica | 6102 | 20,60% |
| Marítimo | 4372 | 49,01% |
| Beira-Mar | 3921 | 12,61% |
| V. Setúbal | 3769 | 24,32% |
| Olhanense | 2774 | 23,97% |
| Rio Ave | 2557 | 23,64% |
| U. Leiria | 2506 | 10,82% |
| P. Ferreira | 2149 | 49,75% |
| Naval | 1998 | 21,10% |
| Portimonense | 1995 | 31,97% |
| Nacional | 1943 | 37,78% |

Fonte: Relatório do IPAM (2011, p. 10-11)

Repare-se também, que apenas quatro clubes conseguem ter uma média de assistência superior a 50% da lotação do estádio, sendo que 8 clubes, ou seja metade, apresentam taxas de ocupação inferiores a um terço.

A Figura 1 apresenta a evolução das assistências médias da principal liga, por época, entre 2006 e 2010, em vários países europeus, podendo constatar-se que na generalidade não ocorreram grandes variações, ainda que no continente Europeu tenha surgido uma grave crise financeira. Perante esta breve análise parece, que não é o facto financeiro o responsável pela baixa afluência aos estádios.

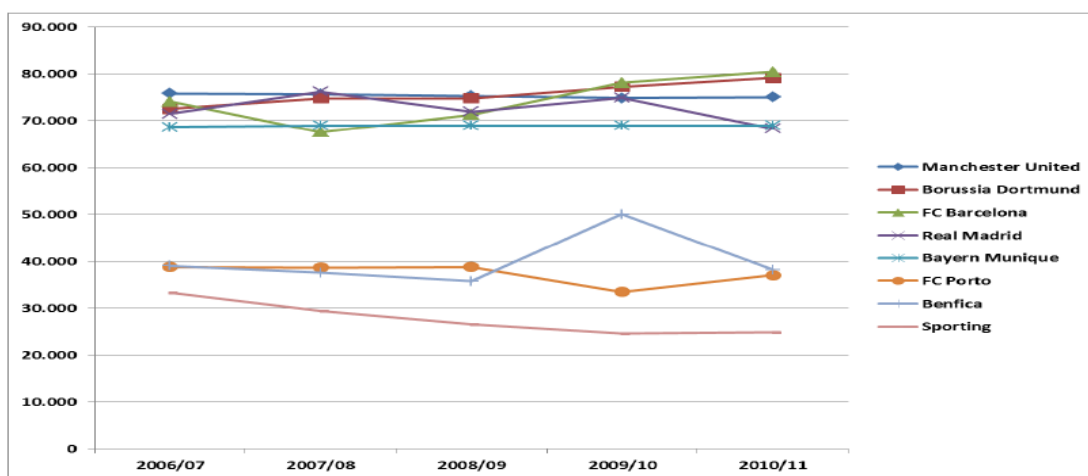
Figura 1: Evolução das Assistências médias das ligas de 6 países europeus entre 2006 e 2011.



Fonte: Relatório do IPAM (2011, p. 21)

Na Figura 2 estão apresentadas as evoluções das assistências médias para 8 clubes europeus, três dos quais portugueses. O Futebol Clube Barcelona (Barcelona) teve um aumento superior a 10 % entre 2007 e 2010, o Benfica teve um pico na época 2009/10 e o Sporting perdeu continuamente adeptos no estádio, durante o período analisado. Cruzando este cenário com os resultados desportivos das três equipas em causa, parece que o desempenho desportivo dos clubes tem um peso importante nas assistências, conforme defendido por Madalozzo e Villar (2009).

Figura 2: Evolução das Assistências médias de 8 clubes europeus entre 2006 e 2011.



Fonte: Relatório do IPAM (2011, p.22)

Repare-se que o Barcelona tem tido excelentes épocas e está a aumentar o número de espectadores, já o Sporting tem vindo em sentido contrário, com os maus resultados desportivos que apresentou. O Benfica apresenta um pico exatamente no ano em que foi campeão nacional, o que corrobora este pensamento. Contudo, mesmo nessa época a taxa de ocupação do estádio ronda os três quartos, sabendo-se que o número de adeptos deste clube ultrapassa, em muito, a lotação máxima do estádio

Isto levanta uma questão de investigação, porque ficam os adeptos em casa? Esta é uma preocupação dos gestores de marketing dos clubes porque é do interesse do clube converter estes adeptos em espetadores assíduos, de forma a aumentar as receitas.

Além da questão financeira, muitos ainda realçam a vantagem competitiva, uma vez que defendem que a equipa que joga em casa, beneficia do apoio dos seus adeptos e pode obter um aumento do desempenho desportivo, com mais adeptos a assistirem aos jogos (Bond, 1982 e Geen, 1989), embora outros estudos contrariem esta tese, reportando que

pode haver consequências negativas no desempenho desportivo, devidas aos espetadores (Singer et al, 1993). Sendo assim, o impacto dos espectadores do desempenho desportivo das equipas não é consensual, mas o aspeto financeiro parece ser um ponto fundamental.

A grande maioria dos estudos que abordam o consumo desportivo em geral e as assistências em particular debruçam-se sobre as motivações dos adeptos que acompanham ao vivo os jogos das suas equipas, isto é, os adeptos de consumo direto. Segundo as várias teorias existentes e analisadas, o que leva os adeptos aos estádios é o sucesso desportivo da equipa (Sloan, 1989), as boas condições dos estádios e de outras infraestruturas (Hill e Green, 2000; Madalozzo, & Villar, 2009), a atratividade técnica e tática do jogo (Smith e Stewart, 1999), a interação social (Sutton et al, 1997; Ferrand e Pages, 1996; Quick, 2000; Kahle et al, 1996), o entretenimento (Sutton et al, 1997; Kahle et al, 1996; Smith e Stewart, 1999; Giulianotti, 2002), o fator antistress e anti rotina (Trail e James, 2001; Funk et al, 2009) e a identificação e relação emocional com o clube (Sutton et al, 1997; Ferrand e Pages, 1996; Quick, 2000; Kahle et al, 1996; Smith e Stewart, 1999; Hunt et al, 1999; Richard Giulianotti, 2002).

Contudo, compreender os motivos que estimulam os adeptos a acompanhar os jogos ao vivo pode não refletir as razões que desencorajam outros adeptos a não ter a mesma prática. Uma vez que não existem estudos que abordem o não público em futebol, a revisão da literatura basear-se-á nos estudos com adeptos de consumo direto, procurando a partir destes encontrar linhas orientadoras para o estudo pretendido. Paralelamente à revisão da literatura realizaram-se entrevistas exploratórias para antevermos os fatores chave a avaliar no questionário.

Deste modo, no presente estudo, o foco serão os adeptos que gostam de futebol, mas que não assistem aos jogos frequentemente. Apenas compreendendo o que inibe e constrange os adeptos, se conseguirá atuar para conseguir conquistar a sua presença no estádio.

O presente documento encontra-se dividido em cinco capítulos (Introdução, Revisão da Literatura, Metodologia, Resultados e Conclusões). Na Introdução descreve-se, de forma sucinta, o objetivo do presente estudo bem como os fatores que levam à

importância da sua realização. A Revisão da Literatura apresenta um resumo das principais conclusões dos estudos efetuados neste âmbito. No terceiro capítulo, Metodologia, apresenta-se a metodologia adotada para realização do estudo. No quarto capítulo são apresentados os resultados do estudo, bem como efetuada uma discussão dos mesmos. O documento finaliza-se com a apresentação das conclusões retiradas do estudo, incluídas no capítulo cinco.

2.Revisão da Literatura

O futebol move paixões e sempre atraiu muitas pessoas para os estádios e para a sua prática. Com todo o movimento que gira à sua volta, tornou-se numa indústria, onde os clubes estão organizados como empresas e procuram ter não apenas clientes momentâneos, mas sim clientes fidelizados, que consumam regularmente e incentivem outros a fazê-lo. Com a necessidade de captarem receitas para subsidiarem as suas equipas e garantirem o sucesso desportivo e financeiro tem-se tornado verdadeiramente essencial compreender as motivações dos adeptos desportivos.

Com o intuito de compreender essas motivações, foram realizados vários estudos que abordaram várias áreas do conhecimento, nomeadamente o marketing, a sociologia, a economia e a psicologia, de forma a compreender quais os principais fatores que levam os adeptos aos estádios de futebol.

Os adeptos desportivos podem ser consumidores de desporto de várias formas. Podem praticar desporto, de forma amadora, profissional ou apenas por lazer. Existem também as pessoas que gostam de utilizar roupas e adereços desportivos, incluindo material de *merchandising* de clubes, contudo não assistem aos jogos. Num passado recente tem-se verificado a evolução do consumo de jogos para computador ou aplicações de telemóvel, que permitem simular jogos, gerir equipas ou apostar nos resultados desportivos, entre outros (Carvalho, et al,2013). Isto revela novas formas de consumo desportivo, encontrando-se estes adeptos atentos aos jogos, porém não se deslocam aos estádios para assistir aos mesmos.

Por fim, existem os adeptos desportivos que assistem aos jogos, estes podem, ainda, ser divididos em categorias. Existem os adeptos de consumo direto (adeptos ativos), os que assistem aos jogos ao vivo, e os adeptos de consumo indireto, os que assistem aos jogos através de TV, rádio ou internet (adeptos passivos) (Wann, et al, 2001, citados por Carvalho M. et al, 2013).

De forma a categorizar e identificar os diferentes tipos de adeptos, foram desenvolvidos diferentes modelos e teorias, nos quais são identificados dois, três, quatro e até cinco

diferentes tipologias. De uma forma geral em todos os estudos realizados e teorias analisadas, esta categorização é efetuada com base no relacionamento dos adeptos com o futebol e a sua equipa, bem como com os objetivos que os adeptos pretendem alcançar seguindo determinado clube. Apesar das diferentes nomenclaturas apresentadas, verifica-se que as conclusões retiradas são bastante semelhantes.

Assim, pode-se afirmar que existem os seguintes tipos de adeptos:

- Os adeptos que apresentam uma forte ligação emocional com o clube sendo bastante leais (Sutton et al, 1997; Ferrand e Pages, 1996; Quick, 2000; Kahle et al, 1996; Smith e Stewart, 1999; Hunt et al, 1999; Richard Giulianotti, 2002);
- Adeptos obsessivos pelo seu clube que não distinguem a vida pessoal do desporto (Hunt et al, 1999);
- Os que se identificam com o clube da sua cidade ou localidade pois sentem que o mesmo os representa (Hunt et al, 1999);
- Os adeptos que apresentam uma variação inconstante, de acordo com o desempenho do clube (Sutton et al, 1997; Smith e Stewart, 1999; Hunt et al, 1999);
- Os adeptos que se sentem atraídos pelos grandes jogos e pelo aspeto técnico e tático do mesmo (Smith e Stewart, 1999);
- Os adeptos que apenas são seguidores de jogadores e treinadores, apresentam um investimento pessoal considerável nos clubes, no entanto, a duração desta relação é momentânea (Giulianotti, 2002);
- Os adeptos que são atraídos pelo entretenimento, apresentando um nível de identificação baixo com o clube (Sutton et al, 1997; Kahle et al, 1996; Smith e Stewart, 1999; Giulianotti, 2002);
- Os adeptos atraídos pela interação social proporcionada pelo jogo de futebol, (Sutton et al, 1997; Ferrand e Pages, 1996; Quick, 200; Kahle et al, 1996).
- Os adeptos com forte ligação ao clube mas que raramente o acompanham (Smith e Stewart, 1999; Giulianotti, 2002).

Os adeptos que não vão aos estádios podem-se enquadrar na tipologia definida por Smith e Stewart (1999) e Giulianotti (2002), porventura é plausível que haja adeptos que não se enquadrem em nenhuma das anteriores tipologias.

2.1. Abordagens Iniciais

Schofield (1983) numa das primeiras abordagens sobre o tema constatou que as assistências dos jogos sofrem influências através de variáveis económicas, demográficas e da atratividade do jogo.

Sloan (1989) foi dos primeiros autores a estudar o tema, com especial atenção para o caso do futebol. No seu estudo, Sloan (1989) apurou que o principal motivo que cativa os adeptos é o sucesso desportivo, demonstrando que os adeptos procuram associar-se ao sucesso desportivo do clube, corroborando o fenómeno BIRG (ou BIRGing) “*Basking in reflected Glory*”, descoberto por Robert Cialdini em 1976. Kimble, e Cooper, (1992) analisaram também a tendência dos adeptos se associarem aos clubes quando eles ganham (BIRGing) e dissociarem quando perdem (CORFing) “*Cutting of Reflected Failure*”, defendendo que os adeptos tendem a transformar o sucesso dos clubes numa vitória própria.

Hansen e Gauther (1989) estudaram os fatores que afetam as assistências em vários desportos profissionais, concluindo igualmente que os principais fatores são o sucesso desportivo e a atratividade dos jogos e a probabilidade de vitória dos seus clubes.

Sendo assim, seria expectável que clubes que vencem constantemente e conquistam títulos regularmente tivessem sempre os seus estádios cheios. Esta abordagem não consegue explicar o porquê de clubes vencedores não terem continuamente o estádio completamente cheio. Por exemplo, no estudo do IPAM (2011), no período em análise, de 2006 a 2011, conforme se pode ver na tabela 2, o Futebol Clube do Porto apresenta uma taxa média de ocupação apenas de 74%, apesar de no período analisado ter sido campeão nacional por quatro vezes e ter ganho sete taças nacionais e uma internacional. Há assim a necessidade de procurar outras explicações.

Inicialmente, os estudos deram grande ênfase às motivações e comportamento dos adeptos, numa segunda fase começaram a ser analisados os efeitos culturais, económicos e sociais.

De acordo com um estudo desenvolvido por Wann et al (1996) sobre as razões que levam os adeptos a identificarem-se com determinado clube, a principal razão é a influência dos pais e a segunda o talento dos jogadores, sendo que o sucesso desportivo apresenta-se apenas como a quinta principal razão para os adeptos se associarem a um clube. Repare-se, contudo, que o que aqui está em causa não é a ida ao estádio mas apenas a relação com o clube, influenciando o nível de identificação.

O nível de identificação com o clube, definido como o compromisso e envolvimento emocional entre o adepto e o clube desportivo (Sutton et al, 1997), é muito importante, pois adeptos com diferentes níveis de identificação têm comportamentos diferentes (Wann & Branscombe, 1993).

Os adeptos com maior nível de identificação estão mais envolvidos na vida do clube e são menos suscetíveis ao efeito *CORFing*, acompanhando as equipas mesmo nos maus momentos. Segundo o mesmo estudo (Wann & Branscombe, 1993), é também expectável que os adeptos com maior nível de identificação sejam mais propensos a investir mais tempo e dinheiro nos seus clubes, tanto para acompanhar os clubes, como para comprar produtos de *merchandising*.

Têm-se intensificado estudos para conhecer as motivações dos adeptos e foram desenvolvidas várias escalas para as analisar, visto ser vital ter adeptos com elevado nível de identificação com os clubes, uma vez que estes são mais fiéis aos clubes e não estão tão dependentes do desempenho desportivo (Kimble e Cooper, 1992).

Em 1995, Wann desenvolveu a SFMS (*Sport Fan Motivation Scale*) que avalia os fatores de *stress*, a autoestima, o escape anti rotina, o entretenimento, o fator económico, estético, a afiliação de grupo e a família enquanto motivações para assistir aos eventos desportivos.

A MSSC (*Motivation Scale for Sport Consumption*) foi desenvolvida por Trail e James (2001) e avalia os conceitos de realização pessoal, a aquisição de conhecimento, estético, *stress*, escape, família, a atratividade física dos atletas e a interação social.

SII (*Sport Interest Inventory*) avalia vários fatores, como o entusiasmo, o drama, o ambiente saudável, estético, entretenimento, interesse no futebol, o interesse na equipa, a família, o orgulho nacional, socialização e o interesse nos jogadores (Funk et al, 2001).

A MSC (*Motivations of the Sport Consumer*) avalia 12 fatores, *stress*, violência, afiliação de grupo, incerteza, interação social, autoestima, competição, realização, domínio de habilidades, estética, criação de valor realização pessoal (McDonald et al, 2002).

Em 2009, foi desenvolvida a escala SPEED que avalia a socialização, performance, entretenimento, autoestima e diversão (Funk et al, 2009).

As escalas de motivação mencionadas acima (SFMS, MSSC, SII, MSC e SPEED) foram desenvolvidas por diferentes autores, porém focam-se todas em fatores semelhantes, havendo entre algumas denominações diferentes para os mesmos conceitos.

2.2. Análise da Influência das Infraestruturas

Em 1996, surgiram os primeiros estudos relacionados com o efeito do ambiente em redor dos jogos nas assistências. Wakefield et al (1996) analisaram a importância das condições do estádio e de outras infraestruturas e concluíram que um dos fatores a que os adeptos dão mais importância é o conforto, assim como a qualidade dos placares eletrônicos dos estádios, uma vez que estes apresentam um papel preponderante no prazer que os adeptos retiram dos jogos. Durante os jogos existem bastantes tempos mortos, sendo nessas ocasiões que os placares assumem a sua real mais-valia, conseguindo manter os adeptos entretidos, ora seja com dados estatísticos do jogo ou com outro tipo de informação ou atividade. Este ponto em particular sugere-nos que os

adeptos procuram também entretenimento quando assistem aos jogos e não somente o sucesso desportivo do seu clube.

Um estádio abarrotado é sinónimo de grande receita, mas se as condições do estádio não forem as melhores pode-se obter um efeito negativo, atenuando a vontade dos adeptos em voltar. No estudo de Wakefield et al (1996) os adeptos deixaram vincado que ficam frustrados nos jogos mais lotados, por se acotovelarem nos lugares e haver filas intermináveis para as casas-de-banho e bares. Semelhante importância apresenta a facilidade de estacionamento.

Pelo contrário Hill e Green (2000) concluíram que estádios lotados criam uma atmosfera entusiasmante, podendo criar experiências mais ricas, aumentando a perceção de entretenimento nos adeptos, fazendo com que tencionem voltar aos estádios. Verificaram, também, que apesar de as condições dos serviços prestados sejam importantes para garantir futuras assistências, a construção de uma ligação psicológica e emocional com os adeptos é fundamental.

Ainda que as vitórias sejam uma fonte de atração mais importante, para os adeptos, do que a qualidade das infraestruturas, não será boa prática, os clubes com bons resultados desportivos, negligenciarem as condições do estádio, pois isso esbarrará com as expectativas dos adeptos. Adeptos das equipas de sucesso, esperam que tudo o que seja oferecido pelo seu clube seja de qualidade, incluindo as infraestruturas (Hill e Green, 2000).

Os estudos realizados sobre o tema apontam para que as infraestruturas tenham um papel relevante na assistência dos jogos, contudo não explicam tudo. No caso português, por exemplo após o Europeu de 2004, realizado em Portugal, os clubes portugueses contaram com dez novos estádios, com infraestruturas de elevada qualidade, contudo as assistências continuam a ser um problema.

2.3. Perspetiva Económica e Transmissões televisivas

Em 1996, foram realizados os primeiros estudos para analisar a importância das transmissões televisivas nas assistências dos jogos, não se tendo verificado impactos

significativos (Baimbridge et al, 1996; Kuypers, 1996). Por outro lado, Buraimo et al (2010) analisaram as assistências em Inglaterra e Espanha e verificaram que as transmissões televisivas resultam num impacto negativo nas assistências.

Stephen Allan (2004), num estudo realizado no Reino Unido, verificou que as assistências não têm relação significativa com o preço dos bilhetes, nem com a altura da época em que o jogo se disputa. Contudo verificaram que a assistência diminui quando os jogos são transmitidos pela televisão ou quando o adversário é proveniente de uma cidade distante, podendo isto significar que os adeptos visitantes não se deslocam com a equipa ou que adversários distantes não atraem os adeptos. Verificaram ainda que adversários com sucesso desportivo têm efeitos positivos nas assistências.

Corroborando as análises anteriores, um estudo desenvolvido no Brasil por Madalozzo, e Villar, (2009) verificou que o custo dos bilhetes não apresenta influência relevante no número de adeptos a assistirem aos jogos, verificando também que os jogos com adversários fortes promovem a assistência. Mas, Madalozzo e Villar (2009), contrariamente ao estudo de Stephen Allan (2004), verificaram que os jogos no final da época, com as indefinições na tabela classificativa, atraem mais adeptos aos estádios.

2.4. Perspetiva do Lazer Séri

Ian Jones (2000) enquadrrou o futebol na perspetiva do lazer sério, desenvolvida por Stebbins em 1992. No lazer sério há a prática continuada de determinada atividade, pois os seus benefícios percebidos excedem os custos percebidos, resultando, assim, na perceção de um saldo positivo para o praticante. Os benefícios podem ser pessoais, como o desenvolvimento de capacidades ou conhecimento, ou benefícios sociais, que surgem da associação a outros participantes, ajudando no desenvolvimento de um grupo, sentindo-se cada participante parte necessária do grupo. Do lado dos custos pode-se considerar os descontentamentos e desgostos que poderão surgir no desenvolvimento das atividades de lazer sério (Stebbins, 1992).

Os adeptos desportivos associam-se entre si criando um grupo (Jones, 2000), adeptos do mesmo clube, com quem se identificam psicologicamente e apresentam quatro

características: o favoritismo de grupo, uma vez que os adeptos veem os outros adeptos do mesmo clube como seus semelhantes, resultando isso numa forte solidariedade entre os adeptos (Simon e Pettigrew, 1990); o “*out-group derogation*” que consiste no desprezo pelos adeptos dos outros clubes e o prazer retirado pelas derrotas deles, por vezes alguns adeptos preferem a derrota dos rivais à vitória do seu clube. Outra característica identificada foi o otimismo irrealista, uma vez que os adeptos têm tendência para prever vitórias e sucessos, mesmo quando isso vai contra todas as previsões; por fim a última característica identificada foi a “voz” que consiste no facto dos adeptos não assumirem as derrotas e os maus momentos dos seus clubes e procurarem enfatizar os aspetos positivos do clube para justificarem o facto de continuar a segui-lo.

Estas características dos adeptos desportivos com forte identificação com o grupo ajudam a compensar os custos percebidos pela atividade e a aumentar os benefícios percebidos, mesmo nos maus momentos dos clubes e assim contribuir para a continuarem a seguir os seus clubes e assistir aos jogos.

2.5. Importância do Género

No início do milénio, começaram a surgir estudos que abordavam a importância do género do adepto nos seus comportamentos consumistas. O senso comum indica-nos que o futebol é um desporto tipicamente dominado por homens, e o interesse das mulheres pelo mesmo é negligenciado. Contudo, existem estudos que nos dizem o contrário. Wann e Branscombe (1993) no seu estudo onde mediram o grau de identificação dos adeptos com os seus clubes, não encontraram diferenças significativas entre os homens e mulheres. Dietz et al (2000) verificaram que mulheres e homens assistem a um número equivalente de eventos desportivos, embora os homens despendam mais tempo a falar sobre desporto, apresentem um maior conhecimento e demonstrem um maior interesse do que as mulheres. Contudo, argumentam que as mulheres apreciam igualmente assistir aos jogos, preferencialmente, na companhia de familiares e amigos.

Contrariamente ao defendido anteriormente, James e Ridinger (2002), no seu estudo obtiveram resultados que indicam que homens e mulheres não apresentam interesse semelhante em serem adeptos desportivos, concluindo que é presumível que haja mais adeptos masculinos que femininos. Verificaram que as mulheres apresentam fortes ligações ao seu clube, mas não à modalidade em si, e retiram prazer pelas vitórias do seu clube, contudo não têm grande empatia com a equipa, nem conhecimentos técnicos e conhecimento estratégico sobre o jogo. Ainda em oposição ao estudo de Dietz, (2000) verificaram que os homens têm interesse semelhante às mulheres em partilhar a experiência de assistir aos jogos na presença de amigos e família.

Fink et al (2002) abordou para ambos os géneros, os fatores que levam os adeptos a identificarem-se com o clube e influência no seu comportamento e consumo desportivo. Em termos comportamentais, verificaram que os adeptos femininos estão mais predispostos a consumirem produtos de *merchandising* do que os adeptos masculinos. Verificaram também que os adeptos de sexo masculino são atraídos por motivos de libertação do *stress* do dia-a-dia, aumento de autoestima e afirmação social, pelo puro entretenimento proporcionado e pela estética do jogo. Por outro lado, as mulheres são mais atraídas por motivos familiares, maioritariamente por influência paterna ou pelos irmãos.

2.6. Conclusão

Resumindo as teorias examinadas, os motivos que levam os adeptos aos estádios são o sucesso desportivo da equipa (Sloan, 1989), as boas condições dos estádios e de outras infraestruturas (Hill e Green, 2000; Madalozzo, & Villar, R., 2009), a atratividade técnica e tática do jogo (Smith e Stewart, 1999), a interação social (Sutton et al, 1997; Ferrand e Pages, 1996; Quick, 2000; Kahle et al, 1996), o entretenimento (Sutton et al, 1997; Kahle et al, 1996; Smith e Stewart, 1999; Giulianotti, 2002), o antistress e anti rotina (Trail e James, 2001; Funk et al, 2009) e a identificação e relação emocional com o clube (Sutton et al, 1997; Ferrand e Pages, 1996; Quick, 2000; Kahle et al, 1996; Smith e Stewart, 1999; Hunt et al, 1999; Richard Giulianotti, 2002).

É de notar que Portugal, conta com equipas de grande sucesso desportivo, tanto internamente como a nível europeu, conta com estádios e infraestruturas de excelente nível, principalmente após a realização do EURO 2004, e apresenta o sétimo melhor campeonato nacional, da europa².

Considerando as características proporcionadas pelo campeonato português e cruzando-as com as procuradas pelos adeptos, conforme os estudos analisados, seria expectável que estivéssemos perante *duas peças de puzzle* que se interligavam perfeitamente. No entanto, conforme já demonstrado, os estádios portugueses estão longe de ter as assistências lotadas.

Perante isto, o presente estudo procura compreender a razão pela qual os adeptos que gostam de futebol e têm ligação com um determinado clube, não o acompanham.

Sabendo as razões pelas quais não vão, os responsáveis de marketing dos clubes poderão trabalhar para eliminar essas razões e com isso atrair esses adeptos para os estádios, e aumentando a receita de bilhética.

² <http://www.iffhs.de/?3e8c00bdcf04390d857ddad5205fdcdc3bfcdc0aec70aeedb81e>

3. Estudo empírico

Com o presente trabalho pretende-se determinar os principais fatores que determinam a não ida dos adeptos de futebol aos estádios.

Neste trabalho foi utilizada uma metodologia mista sequencial, iniciando com uma investigação qualitativa para fins exploratórios, seguida de uma pesquisa quantitativa realizada com uma amostra de maior dimensão.

A pesquisa iniciou-se com a componente qualitativa, através de entrevistas semiestruturadas, procurando obter uma visão e compreensão global do problema. Nesta fase foram identificados os principais fatores que determinam a não ida dos adeptos de futebol aos estádios, complementando a revisão da literatura efetuada, de forma a suportar a parte quantitativa do estudo

A segunda fase do estudo envolveu uma investigação por questionário com vista à quantificação da informação, com recurso a análise estatística.

3.1. Pesquisa Qualitativa

A análise qualitativa foi desenvolvida com o objetivo de compreender os principais fatores que contribuem para a não ida dos adeptos de futebol aos estádios, de forma a construir, à posteriori, um modelo com hipóteses, incluídas no inquérito final distribuído em formato digital. Esta análise procurou desta forma complementar os fatores identificados na revisão da literatura, a qual servia também de base para o guião das entrevistas efetuadas neste âmbito.

3.1.1. Metodologia

No âmbito da análise qualitativa, foram realizadas entrevistas semiestruturadas. O guião das entrevistas foi elaborado a partir da revisão da literatura, sendo composto por 26

questões abertas (Anexo I – Guião entrevista) que focavam os principais objetivos do estudo.

Foram realizadas 13 entrevistas, conforme apresentado na Tabela 3. A escolha dos entrevistados não foi aleatória, tendo-se optado por entrevistar quem, dada a sua experiência pessoal e profissional, poderia ser um bom informante.

Ao nível dos adeptos procurou-se diversidade quanto a características, que na revisão da literatura, tinham sido consideradas importantes, tais como, sexo, idade e distância ao estádio do seu clube. Houve também a preocupação de que fossem adeptos de clubes diferentes da 1ª e 2ª Liga portuguesa.

Tabela 3: Quadro resumo das entrevistas exploratórias

| Entrevistado Nome | Idade | Data da Entrevista | Motivo da Escolha | Clube (Liga) |
|-------------------------|-------|-----------------------|---|-----------------------|
| Mariana Carvalho | - | 08/02/2014 | Autora da tese de mestrado “ <i>The prediction of behavioral loyalty from team identification and place attachment among portuguese sport fans</i> ” e que se encontra na Bélgica a realizar a sua tese de doutoramento que tem como tema “ <i>What bring people into stadium soccer?</i> ” | - |
| Daniel Sá | - | 12/05/2014 | Diretor do IPAM, com vários trabalhos desenvolvidos na área do marketing desportivo | - |
| António Franco | 42 | 20/02/2014 | Adepto do Boavista | Boavista (2ª Liga) |
| Carla morgado | 41 | 24/02/2014 | Adepta do Sporting | Sporting (1ª Liga) |
| Ricardo Carona | 29 | 28/02/2014 | Lisboeta e adepto do Benfica | Benfica (1ª Liga) |
| Luís Pedro | 26 | 03/03/2014 | Portuense e adepto do Porto | Porto (1ª Liga) |
| Nélson Luz | 35 | 08/03/2014 | Adepto do Leixões | Leixões (2ª Liga) |
| Nuno Moutinho | 39 | 15/03/2014 | Adepto do Feirense | Feirense (2ª Liga) |
| Miguel Santos | 25 | 16/03/2014 | Lisboeta e adepto do Porto | Porto (1ª Liga) |
| Susana Faria | 42 | 22/03/2014 | Adepta do Benfica | Benfica (1ª Liga) |
| Rui Orlando | - | 25/03/2014 | Diretor norte da SPORTV, o principal canal desportivo português | - |
| Rita Dinis | 27 | 12/04/2014 | Portuense e adepta do Porto | Porto (1ª Liga) |
| Alberto Joaquim | 58 | 12/04/2014 | Portuense e adepto do Benfica | Benfica (1ª Liga) |

O objetivo desta parte do estudo é pesquisar fatores diferentes dos avançados pela revisão da literatura. Para esse efeito depois de efetuadas todas as entrevistas, uma vez que estas tinham sido gravadas, foi necessário transcrevê-las (ver Anexo III).

Feito isso, estas foram introduzidas, no *software* R, ferramenta que permitiu a efetuar a análise das 13 entrevistas realizadas.

3.1.2. Resultados e discussão

Após análise das entrevistas realizadas, construiu-se a seguinte tabela com o quadro resumo dos fatores de constrangimento à ida dos adeptos aos estádios identificados pelos entrevistados, apresentando ainda o número de entrevistados que referiu cada um dos fatores e o número de referências, ao longo das entrevistas.

Tabela 4: Quadro resumo da análise das entrevistas exploratórias

| Fatores de Constrangimento | Nº Entrevistados | Nº Referências |
|---------------------------------------|------------------|----------------|
| Fator económico | 10 | 22 |
| Distância e Acessibilidades | 9 | 13 |
| Violência e Segurança | 9 | 12 |
| Horário de Jogos | 10 | 11 |
| Qualidade das Infraestruturas | 7 | 7 |
| Falta de Transparência no Dirigismo | 5 | 6 |
| Entretenimento / Atmosfera do estádio | 4 | 6 |
| Competitividade | 2 | 5 |
| Marketing | 3 | 5 |
| Qualidade do futebol | 3 | 5 |
| Transmissões Televisivas | 4 | 5 |
| Performance Desportivo | 3 | 4 |
| Interesse no Clube | 2 | 2 |

Tal como se pode verificar na Tabela 4, o fator económico, foi referenciado 22 vezes por um total de 10 entrevistados, como um fator de constrangimento da ida dos adeptos aos estádios, sendo o fator que mais vezes foi referenciado, ocupando, por isso, a primeira posição na tabela. Segue-se a distância e acessibilidades, fator referenciado 13 vezes por 9 dos entrevistados. Em terceiro lugar surge a violência e segurança nos

estádios, sendo este fator referenciado 12 vezes por 9 dos entrevistados. De referir que este fator não é considerado nem mencionado nos estudos que serviram de revisão da literatura, uma vez que os mesmos dizem respeito aos fatores que levam os adeptos a interessar-se pelo futebol. A quarta e quinta posição, da Tabela 4, são ocupadas respetivamente, pelo horário dos jogos e pela qualidade das infraestruturas.

Em contraste, as três últimas posições, são ocupadas pelas transmissões televisivas, pela performance desportiva e pelo interesse no clube, sendo estes fatores de constrangimento referenciados 5, 4 e 2 vezes por 4, 3 e 2 entrevistados. De realçar que a performance desportiva e o interesse no clube são considerados na revisão da literatura como fatores importantes, no entanto, pela análise das entrevistas efetuadas estes não foram considerados os fatores de constrangimento mais significativos. Pelo contrário, no caso, da influência das transmissões televisivas a conclusão da análise das entrevistas é semelhante à maioria dos estudos efetuados neste âmbito.

Adicionalmente, a análise qualitativa permitiu observar um novo fator, que não foi encontrado na literatura, a falta de transparência do dirigismo desportivo. Este fator foi referenciado por 5 entrevistados.

Isto revela a importância desta fase inicial do estudo, tendo sido abordadas duas variáveis não mencionadas na revisão da literatura (violência e segurança nos estádios e falta de transparência no dirigismo).

3.2. Modelo de Estudo

Antes de apresentar o modelo proposto, a Tabela 5 apresenta uma breve descrição das 16 variáveis em estudo.

Tabela 5: Quadro resumo das variáveis em estudo

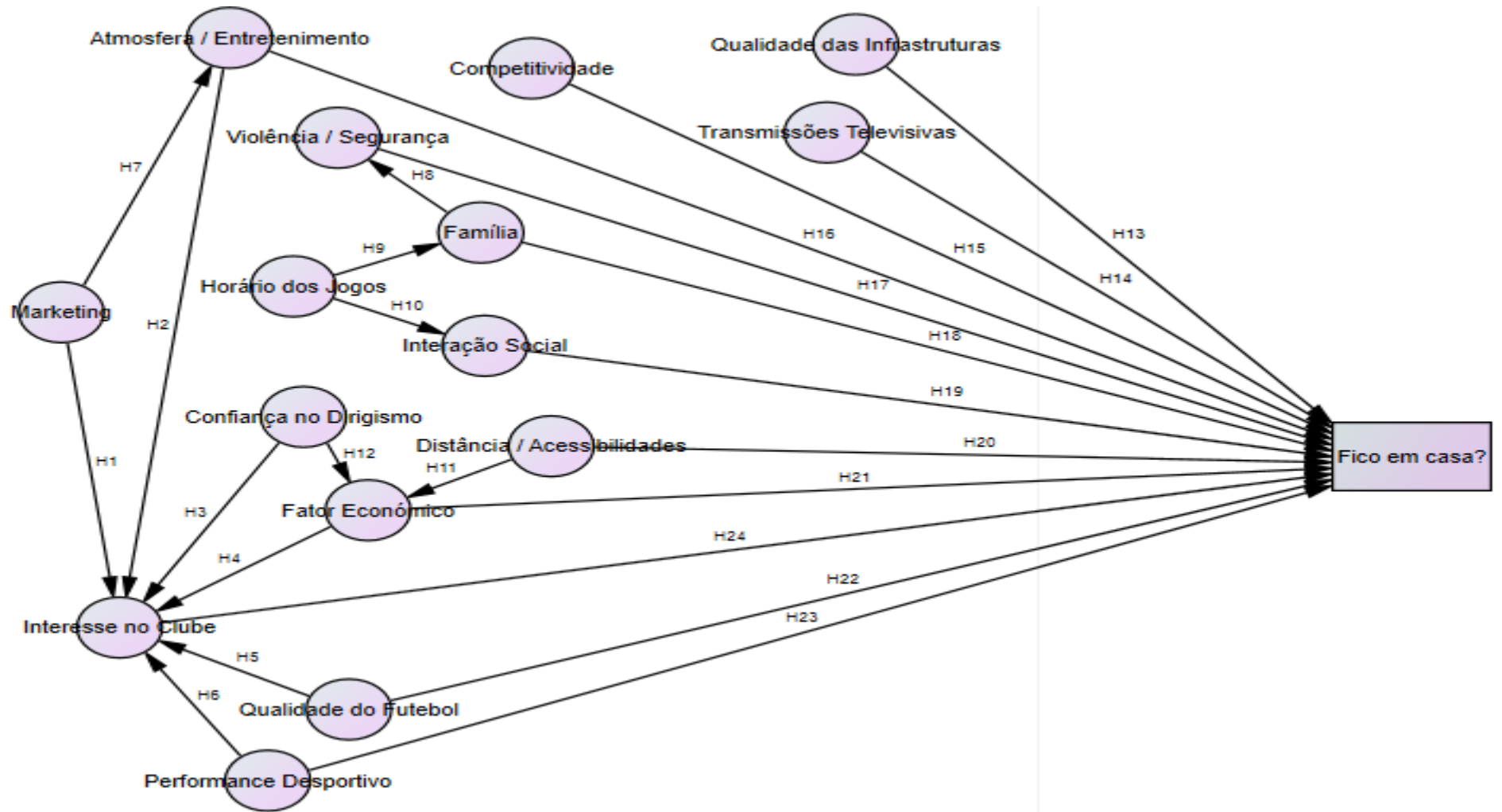
| Variável | Descrição | Significado Mínimo na escala de Likert | Significado do máximo na escala de Likert |
|---------------------------------|---|---|--|
| Interesse no Clube | Nível de interesse do adepto pelo seu clube | Elevado Interesse no clube | Fraco Interesse no clube |
| Marketing | Qualidade do departamento de Marketing dos clubes | Marketing Eficiente | Marketing ineficiente |
| Atmosfera/Entretenimento | Nível de atmosfera nos estádios e do entretenimento percebido | Boa Atmosfera / bom nível de Entretenimento | Má atmosfera / mau nível de entretenimento |

| Variável | Descrição | Significado Mínimo na escala de Likert | Significado do máximo na escala de Likert |
|--------------------------------------|---|--|---|
| Violência / Segurança | Grau de violência e segurança nos estádios | Violência inexistente | Violência e insegurança |
| Família | Importância da família na decisão dos adeptos | Pouca importância à família | Bastante importância da família |
| Horário dos Jogos | Apropriação dos horários. | Horários Adequados | Horários Inadequados |
| Interação Social | Interesse demonstrado pela interação social | Baixo interesse na interação Social | Grande importância à interação social |
| Distância / Acessibilidades | Distância ao estádio e nível de acessibilidades | Distância / Acessibilidades ótimas | Distância / acessibilidades péssimas |
| Fator Económico | Custos da ida ao futebol | Custos adequados | Custos Elevados |
| Confiança no Dirigismo | Nível de confiança na classe diretiva | Total confiança | Sem confiança |
| Qualidade do Futebol | Nível de qualidade do futebol praticado | Ótima qualidade | Sem qualidade |
| Performance Desportivo | Estado dos resultados desportivos | Boa Performance | Fraca Performance |
| Qualidade das Infraestruturas | Nível de qualidade das infraestruturas dos estádios | Boas Infraestruturas | Más infraestruturas |
| Transmissões Televisivas | Impacto dos jogos transmitidos na Televisão | Pouco relevo à TV | Grande relevo à TV |
| Competitividade | Nível de competitividade nos jogos | Muito competitivo | Pouco competitivo |
| Fico em Casa | Frequência da presença dos adeptos nos estádios | Vou muitas vezes ao estádio | Nunca vou aos estádios |

Fonte: Própria

Com base na revisão da literatura e na análise exploratória efetuada, foi desenhado o modelo de análise, apresentado na Figura 3.

Figura 3: Modelo de análise de equações estruturais



1. Marketing e Interesse no clube

O Marketing é o processo usado para determinar que produtos ou serviços poderão interessar aos consumidores, assim como a estratégia que será utilizada nas vendas, comunicações e no desenvolvimento de um negócio (Grönroos, 2010). Assim sendo, a sua finalidade é criar valor e satisfação no cliente, gerindo relacionamentos lucrativos para ambas as partes (Grönroos, 2010).

Aplicando esta definição ao marketing no futebol, torna-se relevante analisar a sua influência no interesse dos adeptos (clientes) no clube. Apesar de não surgir na revisão da literatura, esta variável foi citada por 3 dos 13 entrevistados nas entrevistas exploratórias (ver Tabela 4). Isto é importante porque, como referido por Daniel Sá, "as pessoas não são atraídas para ir. Os clubes não lhes dizem nada. Qual deveria ser a estratégia? Queremos vender bilhetes de época, vamos vender a quem? Deveríamos tentar vender aos da terceira categoria, para fazê-los passar para a segunda". Assim sendo a primeira hipótese formulada é:

H1 O fraco Marketing de um clube é responsável pelo baixo interesse dos adeptos no clube, existindo então uma correlação positiva entre estas duas variáveis.

2. Atmosfera/entretenimento e Interesse no clube

Tendo por base a revisão da literatura e a classificação das diversas tipologias de adeptos, surge o fator atmosfera e entretenimento no interesse dos adeptos no clube. Segundo vários autores os adeptos que são atraídos pelo entretenimento, apresentam um nível de identificação baixo com o clube (Sutton et al, 1997; Kahle et al, 1996; Smith e Stewart, 1999; Giulianotti, 2002) ”.

Nas entrevistas exploratórias, Rui Orlando referiu que “o que move o adepto é a paixão pelo seu clube, tem mais a ver com essa relação emocional, do que pelo prazer do espetáculo ou da interação social”.

Desta forma é importante avaliar a influência desta variável no interesse dos adeptos na equipa, tendo-se construído a segunda hipótese.

H2 A atmosfera e o entretenimento percecionado durante um jogo de futebol afeta positivamente o interesse dos adeptos no clube.

3. Confiança no Dirigismo e Interesse no clube

A Confiança no Dirigismo surgiu apenas nas entrevistas exploratórias, tendo a mesma sido mencionada por 5 dos 13 entrevistados (ver Tabela 4).

Desta forma, considerou-se também relevante analisar a influência da confiança nos dirigentes no interesse do clube. Segundo Nélson Luz, a perceção de falta de honestidade dos dirigentes afeta negativamente o interesse na equipa “Porque o futebol não é honesto. Como não há honestidade no futebol, e temos agora como exemplo, a reunião de presidentes, onde é visível que duas fações, onde os compadrios com os clubes grandes levam os outros atrás, em vez de se preocuparem com os interesses do próprio clube. Automaticamente os adeptos perdem o interesse”. Esta afirmação serviu de base para a terceira hipótese formulada.

H3 A confiança no Dirigismo afeta positivamente o interesse dos adeptos no clube.

4. Fator Económico e Interesse no clube

Atualmente e dada a conjuntura atual o fator económico poderá apresentar alguma influência no interesse no clube. Apesar deste fator não se encontrar, na revisão da literatura diretamente relacionado com o interesse dos adeptos, o mesmo é considerado, nas 13 entrevistas exploratórias, como o fator de constrangimento mais importante.

A quarta hipótese teve como base de sustentação, a afirmação de António Franco “Por isso eu acho que o motivo económico será dos mais importantes. Se os preços dos bilhetes forem mais convidativos, mais gente iria ao futebol. Aliás, quando o meu pai era vivo, eu meti os meus pais de sócios, ele ia algumas vezes, mas não ia mais porque não estava disposto a pagar bilhete para assistir àquele espetáculo.”

H4 O fator económico envolvido na ida aos jogos de futebol é responsável pelo baixo interesse dos adeptos no clube, havendo uma correlação positiva entre estas duas variáveis.

5. Qualidade do futebol e Interesse no clube

A qualidade do futebol encontra-se associada ao talento dos jogadores que constituem a equipa. Segundo um estudo desenvolvido por Wann et al (1996), referido na revisão de literatura, a segunda razão que leva os adeptos a identificarem-se com determinado clube é o talento dos jogadores.

Esta teoria é também corroborada por Daniel Sá que refere que a qualidade do futebol afeta o interesse: "curiosamente fui ver o Porto – Setúbal há três semanas, ali ao Dragão, e fez-me confusão o Setúbal porque não passavam do meio campo, parecia uma equipa de amadores. Em termos de atitude não parecia uma equipa profissional”.

Assim, a quinta hipótese é:

H5 A fraca qualidade do futebol é responsável pelo baixo interesse dos adeptos no clube, existindo uma correlação positiva entre estas duas variáveis

6. Performance desportiva e Interesse no clube

A performance desportiva do clube é um aspeto que influencia o interesse dos adeptos no clube, conforme apurado nos estudos de Sutton et al, em 1997, Smith e Stewart, em 1999 e Hunt et al, também em 1999. Este fator também é considerado e referido em 3 das 13 entrevistas efetuadas.

António Franco afirmou até que, “Quando o Boavista esteve na mó de cima, não faltavam Boavisteiros.”. Esta afirmação e os estudos referenciados serviram como base de sustentação para a sexta hipótese:

H6 A performance desportiva do clube afeta positivamente o interesse no clube.

7. Marketing e Atmosfera/Entretenimento de um jogo de futebol

Conforme já referido, o Marketing tem como objetivo cativar clientes. No caso do futebol, captar adeptos e como tal é expectável que exista uma associação entre esta tarefa e a atmosfera e entretenimento criado ao longo do jogo.

Durante as entrevistas exploratórias, um dos entrevistados realçou o mau desempenho dos departamentos de marketing no desenvolvimento do espírito de experiência no espetáculo que é um jogo de futebol. Daniel Sá disse que “a ideia de meter umas miúdas a dançar ao intervalo está muito longe de ser a experiência que se deve criar num jogo. A experiência não é o intervalo, é o jogo todo, desde que põe o pé no estádio até sair. Portanto acho que ainda há muito que fazer no marketing desportivo.”

Com base nesta ideia construiu-se a sétima hipótese, a qual, à semelhança das restantes, será testada ao longo do presente estudo.

H7 O marketing afeta positivamente a atmosfera e entretenimento criado durante um jogo de futebol.

8. Família e Violência/Segurança

Tendo por base alguns estudos, nomeadamente o de Wann et al. (1996), pode-se inferir que muitas vezes os jogos de futebol são vividos como uma atividade familiar, sendo bastante comum que os filhos sejam do clube dos pais indo assistir aos jogos na sua companhia. Contudo nenhum estudo estabelece uma relação entre esta atividade familiar e a violência/segurança nos estádios, a qual segundo as entrevistas exploratórias parece existir.

Rita Dinis afirma que "haverá gente que tem um certo receio. A minha mãe tem, por exemplo", e Rui Orlando vai ainda mais longe ao afirmar que "tem um peso

significativo, sobretudo para uma decisão que envolva levar a família, os filhos." Assim a oitava hipótese é:

H8 Assistir a jogos de futebol em família aumenta as preocupações com as questões de violência e segurança, existindo uma correlação positiva entre estas duas variáveis

9. Família e Horários dos jogos

Os horários a que se realizam os jogos foram também um fator de relevo nas entrevistas efetuadas, surgindo como 4º fator de constrangimento. Repare-se no que diz Nelson Luz, "No caso do Leixões, (...), deixou de haver a tradição de as pessoas ao domingo de manhã irem à missa, depois tinham o almoço de família e a à tarde iam todos ao estádio." Este entrevistado revela que no seu clube e cidade era tradição as famílias irem ao estádio aos domingos à tarde, com a mudança de horários de jogos, muitas vezes para permitir a sua transmissão televisiva, deixou de haver esta mesma tradição.

Também Nuno Moutinho revela esta relação afirmando: "Acho que o consumo de espetáculos deste género é para ser feito em família, pela experiência deve-se levar a família toda e isso era muito mais fácil se os jogos fossem ao sábado à tarde ou ao domingo à tarde"

Estas afirmações revelam a existência de relação entre o horário dos jogos e a ida aos mesmos em família, a qual se considera importante testar, daí ter sido formulada a décima segunda hipótese.

H9 Os horário dos jogos é inadequado para os adeptos que dão importância à interação familiar, existindo uma correlação positiva entre estas duas variáveis.

10. Horário dos jogos e Decisão de ficar em casa

Continuando com a influência do horário dos jogos, pode-se também depreender da afirmação de Daniel Sá: "Acho que (os horários) são um problema. No caso particular português, onde os horários estão a funcionar debaixo da ditadura da televisão. Este ano

temos visto a experiência do Benfica, que saiu debaixo da ditadura das televisões, e está a tentar contrariar essa conversa, porque ficou com os seus direitos televisivos. Porque o momento natural do futebol, historicamente, é o domingo à tarde. E deixou de ser. Num Benfica – Sporting, 30% dos adeptos que estão no estádio são pessoas fora de Lisboa, do país todo, e com um jogo destes marcado para um domingo à noite, isto é um problema. Os horários são um problema de fundo para resolver.”

Este depoimento indica-nos que o horário dos jogos afetam a decisão de ficar em casa.

H10 *O horário dos jogos afeta positivamente a decisão de ficar em casa.*

11. Distância e Acessibilidades e Fator Económico

Apesar do fator económico não surgir nos estudos contemplados na revisão da literatura, foi referenciado, nas 13 entrevistas efetuadas, como o principal fator de constrangimento para ir aos estádios de futebol.

Carla Morgado estabelece na sua entrevista uma relação entre a distância e acessibilidades ao estádio e o fator económico, referindo que, sendo os jogos distantes e adicionando os custos do bilhete fica bastante dispendioso ir ao estádio: “para uma família que se queira deslocar a um estádio, que seja uma pessoa de Viseu, que queira ir a um estádio de Alvalade ou da Luz, ou mesmo o do Dragão que é mais perto, com os preços dos bilhetes, da deslocação, da alimentação fica bastante oneroso e hoje em dia pondera-se bastante.”

Com base nesta possível relação entre a distância e acessibilidades e o fator económico, considerou-se importante avaliar esta influência.

H11 *A distância e acessibilidades afeta positivamente o fator económico.*

12. Confiança no Dirigismo e Fator Económico

A confiança no dirigismo de um determinado clube foi um fator que apenas surgiu nas entrevistas exploratórias, conforme o mencionado na descrição da quarta hipótese.

Pela análise das entrevistas parece surgir uma relação entre esta variável e o fator económico, segundo Rita Dinis: "Não querem dar dinheiro para uma atividade que não acreditam e não querem subsidiar a corrupção.". O futebol é também uma atividade económica, ou seja, tal como nas restantes atividades económicas, os clientes, neste caso os adeptos de futebol, procuram investir em atividades/clubes em que confiam na sua gerência.

Assim tendo por base esta possível relação evidenciada por Rita Dinis, considerou-se relevante avaliar o nível de impacto, psicológico, da confiança no dirigismo no fator económico. Esta afirmação serviu de base de sustentação para a formulação da décima segunda hipótese.

H12 A confiança no dirigismo afeta positivamente o fator económico.

13. Qualidade das Infraestruturas e Decisão de ficar em casa

Nos estudos analisados durante a revisão da literatura, a qualidade das infraestruturas foi identificada como um fator importante na decisão dos adeptos de ficar em casa. Wakefield et al (1996) concluiu no seu estudo, que o conforto é um dos fatores a que os adeptos dão mais importância, sentindo-se frustrados nos jogos mais lotados. Contrariamente, Hill e Green (2000) concluíram que estádios lotados criam uma atmosfera entusiasmante, aumentando a perceção de entretenimento nos adeptos. Hill e Green (2000) consideram que a qualidade das infraestruturas, apesar de ser um fator menos importante que as vitórias, para atrair os adeptos aos estádios, é também relevante, não sendo uma boa política, mesmo para os clubes com bons resultados desportivos, negligenciarem as condições do estádio.

Nas entrevistas exploratórias a influência da qualidade das infraestruturas também foi referida, por exemplo para Luís Pedro são um fator importante na decisão de ir ou não ir

ao estádio, pois, “Às vezes as condições do estádio ou a localização do lugar têm influência em mim. Se for um estádio com más condições, faz-me pensar se vou ou não. Ainda há pouco tempo tive oportunidade de ir ao estádio Coimbra, mas o relvado estava deplorável, porque tinha visto na televisão, e por isso não fui. Já sabia que não ia ser um grande jogo de futebol. Por isso, influencia a minha decisão.”

Nas entrevistas exploratórias, a qualidade das infraestruturas é referido como o quinto fator mais importante no constrangimento para os adeptos se deslocarem aos estádios, pelo que a décima terceira hipótese é:

H13 *A qualidade das infraestruturas afeta positivamente a decisão de ficar em casa.*

14. Transmissões Televisivas e Decisão de ficar em casa

O facto dos jogos de futebol serem transmitidos na televisão poderá ter um impacto negativo na assistência no estádio de futebol. Esta influência foi identificada em vários estudos efetuados e apresentados na revisão da literatura.

Esta influência foi abordada pela primeira vez em 1996 por Baimbridge et al, e por Kuypers, contudo não encontraram impacto significativo nas assistências, resultantes da transmissão televisiva destes mesmos jogos. Já os estudos de Buraimo et al (2010) revelaram que as transmissões televisivas resultam num impacto negativo nas assistências. Segundo Stephen Allan (2004), a assistência diminui quando os jogos são transmitidos pela televisão.

Também durante as entrevistas efetuadas, a transmissão televisiva dos jogos foi mencionada como um fator negativo na assistência, tendo sido mencionado por 4 dos entrevistados. Alberto Joaquim chega mesmo a afirmar na sua entrevista que prefere assistir aos jogos pela televisão, pois permite uma visão mais geral do mesmo " Eu prefiro ver o jogo na televisão. No estádio temos uma visão diferente do jogo. Já tenho experiência de ter ido ao estádio ver alguns jogos, fico com a ideia que o jogo não valeu nada e depois em conversas com amigos que viram pela televisão dizem-me que foi um grande jogo. A televisão dá-nos um filme diferente do jogo. Na televisão parece-nos

mais empolgante, assim como os jogos que ouvimos na Rádio. Por isso, prefiro ver os jogos na televisão, por que me parece um jogo melhor jogado."

Assim, a décima quarta hipótese é:

H14 *As transmissões televisivas afetam positivamente a decisão de ficar em casa.*

15. Competitividade e Decisão de ficar em casa

A teoria MSC (Motivations of the Sport Consumer), desenvolvida por McDonald et al. (2002) refere 12 fatores, que influenciam a motivação para assistir a jogos de futebol, entre eles encontra-se a competição.

Este fator foi também mencionado por dois dos entrevistados, sendo a pouca competitividade existente um fator negativo para a atratividade de um jogo no estádio. António Franco afirma: "tenho muita coisa para fazer e para ir ali ver jogos da terceira divisão não vou". Luís Pedro dá ainda o exemplo do campeonato português, o qual, segundo ele, não é competitivo, sendo alguns resultados previsíveis: "Um jogo Porto-Arouca não é tão atrativo, o campeonato não é incerto até final para cativar mais pessoas ao estádio."

Assim sendo, e tendo por base estas afirmações e estudos anteriormente efetuados, formulou-se a décima quinta hipótese:

H15 *A competitividade afeta positivamente a decisão de ficar em casa.*

16. Atmosfera/Entretenimento e Decisão de ficar em casa

A atmosfera/entretenimento do estádio foi identificada por diversos autores e considerada em teorias desenvolvidas pelos mesmos, como fatores que motivam a assistência dos adeptos nos estádios. Esta relação foi estabelecida nas teorias: SFMS (Sport Fan Motivation Scale) (Wann,1995) e SII (Sport Interest Inventory) (Funk et al, 2001) e na escala SPEED desenvolvida por Funk et al, (2009). Este facto

(atmosfera/entretenimento) surge também numa das definições de tipos de adeptos existentes. Segundo Sutton et al, (1997); Kahle et al, (1996); Smith e Stewart, (1999) e Giulianotti, (2002), há alguns adeptos que são atraídos para o estádio apenas pelo entretenimento que este lhes proporciona, apresentando um nível de identificação com o clube baixo.

Assim sendo, e com base nestes estudos, verifica-se que os adeptos ao deslocarem-se aos estádios procuram também o entretenimento que o mesmo proporciona, sendo importante, por isso, que os clubes evitem a existência de tempos mortos. Daniel Sá considera que este fator é preponderante, devendo os clubes apostar no entretenimento. O mesmo refere que não havendo atratividade para os adeptos, as pessoas preferem deslocar-se até outros locais, por exemplo praia ou centro comercial, que consideram mais atrativos. Assim sendo, Daniel Sá dá mesmo o exemplo de um clube português, afirmando, “Porque há outros concorrentes na área do entretenimento, e esse é um erro crasso, porque os gestores do futebol acham que os seus concorrentes são os outros clubes e os outros jogos de futebol, o que não é verdade. O concorrente do Leixões é o Norteshopping, o Marshopping, a praia e por aí fora. São esses os concorrentes e são melhores, porque captam mais atenção”.

Com base no acima descrito formulou-se a décima sexta hipótese.

| |
|--|
| H16 A atmosfera/entretenimento afeta positivamente a decisão de ficar em casa. |
|--|

17. Violência/Segurança e Decisão de ficar em casa

Todos os estudos desenvolvidos e que serviram de revisão da literatura analisam os fatores que contribuem para a ida dos adeptos aos jogos de futebol, não sendo abordada a violência/segurança nos estádios. Este fator é, de acordo com as entrevistas exploratórias, um fator que contribui para a não ida dos adeptos aos estádios.

Pelo contrário pela análise das entrevistas realizadas, depreende-se que este é o terceiro fator de constrangimento para a ida dos adeptos aos estádios, sendo referenciado por 9 dos 13 entrevistados.

Segundo um dos entrevistados (Ricardo Carona), existe mesmo uma relação entre estas variáveis, referindo que a violência diminui o interesse no clube “o desporto é uma atividade para as pessoas se divertirem, não é para gerarem confusão, nem conflitos, nem violência. Se isso afasta as pessoas? Sim, acho que sim.”.

Nuno Moutinho afirma mesmo que "Ao Dragão raramente lá vou porque já tive alguns problemas nas Antas e no Dragão.". Esta afirmação revela que este adepto não vai a um estádio em particular pois já vivenciou episódios de violência, o que afeta a sua decisão de regressar a esse mesmo estádio.

Assim formulou-se a décima sétima hipótese:

H17 A violência e Segurança nos estádios afetam positivamente a decisão de ficar em casa.

18. Família e Decisão de ficar em casa

Muitas vezes a ida ao futebol é interpretada como uma atividade familiar, sendo até este fator, identificado em várias teorias desenvolvidas e apresentadas na revisão da literatura, como um fator de motivação para assistir a jogos de futebol. São estas teorias: SFMS (Sport Fan Motivation Scale), desenvolvida por Wann (1995), MSSC (Motivation Scale for Sport Consumption), desenvolvida por Trail e James (2001) e SII (Sport Interest Inventory), desenvolvida por Funk et al (2001).

A ida aos jogos de futebol em família é também referenciada e lembrada na entrevista de Daniel Sá, que dando um exemplo de um clube do futebol Português, afirma: “Do trabalho de doutoramento que fiz, descobrimos várias coisas giras. Uma delas, por acaso o Leixões até tem isso, ainda, a ida em família ao jogo. O conceito de ir em família, o pai, a mãe e os filhos.”

Tendo por base esta possível influência formulou-se a décima oitava hipótese.

H18 A família afeta positivamente a decisão de ficar em casa.

19. Interação Social e Decisão de ficar em casa

A interação social proporcionada aos adeptos do futebol é também vista como uma variável que contribui para a assistência. Sutton et al (1997), Ferrand e Pages, (1996), Quick, 2000 e Kahle et al (1996), consideram este fator preponderante/atrativo para uma das tipologias de adeptos identificadas.

A interação social surge também como fator de motivação para assistência nas teorias: SFMS (Sport Fan Motivation Scale) desenvolvida por Wann (1995), MSSC (Motivation Scale for Sport Consumption) desenvolvida por Trail e James (2001), SII (Sport Interest Inventory) desenvolvida por Funk et al (2001) e MSC (Motivations of the Sport Consumer), desenvolvida por McDonald et al (2002). Esta variável é ainda avaliada na escala SPEED, desenvolvida por Funk et al (2009).

A relação entre a interação social e o nível de assistência nos jogos de futebol, é também referenciada por Mariana Carvalho, que refere durante a sua entrevista: “Ele descobriu que as pessoas gostam de assistir aos jogos na companhia de outras pessoas, mas não tem de ser necessariamente no estádio. Esta necessidade de interação social também é satisfeita com a atmosfera criada nos bares. Na Bélgica, o futebol está também muito associado ao álcool, nomeadamente à cerveja. As pessoas vão com antecedência para o estádio para beber cervejas com os amigos e depois dos jogos ficam nos arredores do estádio a beber cerveja. E nos bares sucede-se o mesmo.” .

Assim desenvolveu-se a décima nona hipótese, para a qual se considerou uma influência positiva e negativa.

H19A *A interação social afeta positivamente a decisão de ficar em casa.*

20. Distância e Acessibilidades e Decisão de ficar em casa

A distância e acessibilidades aos estádios não é uma variável medida nos estudos que serviram como revisão da literatura, uma vez que os mesmos são referentes a fatores que contribuem para a assistência.

No entanto, esta variável surgiu durante as entrevistas efetuadas, constituindo, após análise das mesmas, o segundo fator de constrangimento para a assistência nos estádios, tendo sido referida por 9 dos 13 entrevistados. Para Nelson Luz e Luís Pedro, a distância dos estádios e as acessibilidades existentes, poderão ser mesmo uma fator dissuasor, estes entrevistados afirmam, respetivamente: "Pode ser dissuasor. Todos os clubes que tinham estádios no centro da cidade e mudaram-se para a periferia, perderam muitos adeptos" e " questão do estacionamento é que influencia, principalmente se estiver a chover, como já sei que tenho de estacionar o carro longe e tenho de ir a pé à chuva, então se o jogo não for importante, sou mesmo capaz de não ir". Nelson Luz considera a distância um fator dissuasor, já para Luís Pedro, é um fator dissuasor a falta de estacionamentos. Assim a vigésima hipótese é:

| |
|--|
| H20 <i>A distância e acessibilidades afeta positivamente a decisão de ficar em casa.</i> |
|--|

21. Fator Económico e Decisão de ficar em casa

O fator económico não é considerado por Stephen Allan (2004), num estudo realizado no Reino Unido, um fator importante na assistência dos estádios de futebol.

Este fator é, no entanto, considerado pelos entrevistados como o principal fator de constrangimento para a assistência nos estádios, sendo referenciado por 10 dos 13 entrevistados. António Franco considera mesmo este fator dos mais importantes, referindo: "acho que o motivo económico será dos mais importantes. Se os preços dos bilhetes forem mais convidativos, mais gente iria ao futebol. "

Assim, construiu-se a vigésima primeira hipótese.

| |
|--|
| H21 <i>O fator económico afeta positivamente a decisão de ficar em casa.</i> |
|--|

22. Qualidade do Futebol e Decisão de ficar em casa

Smith e Stewart (1999) identificam um dos tipos de adeptos como os atraídos pelos grandes jogos e pelo aspeto técnico e tático dos mesmos, ou seja atraídos pela qualidade do futebol, não apresentando grande identificação com um clube em particular.

Isto revela que a qualidade do futebol deverá apresentar-se também como um fator importante para o nível de assistência nos estádios, o qual é referenciado por 3 dos 13 entrevistados. Luís Pedro dá o exemplo do seu clube durante a presente época, afirmando: “atualmente o Porto está a jogar pessimamente e não tenho a mínima vontade de ir ao estádio. Já tive situações em que me ofereceram bilhete e não fui, porque ainda fico mais aborrecido do que ver em casa. Em casa quando me aborreço, mudo de canal.”. Para este entrevistado a qualidade do futebol da sua equipa é importante na decisão de ir ou não ao estádio.

Assim, após análise dos estudos efetuados e das entrevistas, surge a vigésima segunda hipótese.

H22 A qualidade do futebol afeta positivamente a decisão de ficar em casa.

23. Performance Desportiva e Decisão de ficar em casa

Sutton et al (1997), Smith e Stewart (1999) e Hunt et al (1999) identificam uma das tipologias de adeptos como aqueles que apresentam uma variação inconstante, de acordo com o desempenho do clube. Também segundo Sloan (1989), este é também um motivo que leva os adeptos aos estádios.

Esta relação entre a performance desportiva do clube e a assistência nos estádios, é evidenciada por Carla Morgado e Nélon Luz, durante as suas entrevistas, onde afirmam respetivamente que: "os resultados não correspondem às expectativas dos adeptos e fá-los afastarem-se, principalmente nos clubes pequenos" e "Ainda agora vê-se esta fase do Porto com 12 e 14 mil pessoas no estádio."

Segue-se desta forma a vigésima terceira hipótese.

H23 *A performance desportiva afeta positivamente a decisão de ficar em casa.*

24. Interesse no clube e Decisão de ficar em casa

Na teoria SII (Sport Interest Inventory) desenvolvida por Funk et al (2001) e o interesse no clube é um dos fatores avaliados com influenciadores na assistência nos estádios.

Também durante as entrevistas realizadas surge esta relação. Luís Pedro afirma: “penso que não há tanta identidade com o clube local, como em Inglaterra ou Espanha, onde defendem o clube da terra independente de ser bom ou mau.”. Também António Franco afirma: "que desde que o Boavista desceu de televisão, o futebol para mim praticamente acabou"

Segue-se a vigésima quarta hipótese:

H24 *O interesse no clube afeta positivamente a decisão de ficar em casa.*

Podemos dividir estas 24 hipóteses formuladas em 3 tipologias. As hipóteses 10, 13, 14, 15, 16, 17, 18, 19, 20, 21, 22, 23 e 24 compõem o grupo que de hipóteses que procuram compreender a relação direta entre algumas variáveis em estudo e a decisão de ficar em casa, a questão em análise.

As hipóteses 1, 2, 3, 4, 5 e 6 fazem outro grupo que estuda as relações entre algumas variáveis e o interesse no clube. Este grupo de hipóteses tem o intuito de esclarecer melhor a tese do Sutton, W, em 1997, na qual referia que o principal influente das assistências é o nível de identificação com o clube, portanto é também importante conhecer quais as variáveis que por sua vez influenciam o nível de interesse nos clubes.

Por fim temos um terceiro grupo de hipóteses, as 7, 8, 9, 11 e 12 que estuda a relação entre algumas variáveis explicativas.

3.3. Pesquisa Quantitativa

Na fase quantitativa do estudo, foi realizada uma investigação com base num questionário. O questionário foi disponibilizado *online*, através do Google Docs, e divulgado via *e-mail* e nas redes sociais, sendo difundido através de amigos, familiares e conhecidos, que simultaneamente o direccionaram também às suas redes de contactos.

O questionário desenvolvido (Anexo II) divide-se em 4 partes. A primeira conta com sete questões de resposta fechada e obrigatória, onde se pretende definir se o inquirido é adepto de futebol ou não e se acompanha ou não o seu clube.

Na segunda parte, pretende-se definir o grau de identificação do adepto com o seu clube, utilizando para isso 10 questões adaptadas da tradução de *Sport Spectator Identification Scale* (Carvalho, 2010).

Na terceira parte, utilizando-se uma escala de likert de 7 pontos, foi solicitado aos inquiridos que manifestassem o seu grau de concordância com as afirmações da Tabela 4, de forma avaliar as várias variáveis em estudo. Grandes partes das afirmações foram adaptadas dos inquéritos dos seguintes trabalhos: *Motivaciones para asistir a los partidos* (Sá, 2011.) e *Sport Fan Motivation Scale* (Wann, 1995.) e *What brings people into stadiums?* (Carvalho, 2013).

Na quarta e última parte, os inquiridos foram questionados sobre os seus dados sociodemográficos.

Cada questão correspondia a uma variável latente que seriam o reflexo ou que formavam a variável manifesta (Tabela 6).

Tabela 6: Variáveis manifestas

| Afirmações | Variável Latente | Variável Manifesta | Relação |
|--|------------------|--------------------|-----------|
| Quão importante é para si que o seu clube ganhe? | IE1 | Interesse no clube | Reflexiva |
| Quão fortemente se avalia enquanto adepto do seu clube? | IE2 | | |
| Quão fortemente o avaliam, os seus amigos, enquanto adepto do seu clube? | IE3 | | |
| Durante a época, com que frequência segue o seu clube, através da Televisão? | IE4 | | |
| Durante a época, com que frequência segue o seu clube através da Rádio? | IE | | |
| Durante a época, com que frequência segue o seu clube, através dos jornais? | IE6 | | |

| Afirmações | Variável Latente | Variável Manifesta | Relação |
|---|------------------|---|-----------|
| Durante a época, com que frequência segue o seu clube, através da Internet? | IE7 | | |
| Qual a importância de ser adepto, do seu clube, para si? | IE8 | | |
| O que pensa sobre os maiores rivais do seu clube? | IE9 | | |
| Com que frequência utiliza o nome e o emblema, do seu clube, no seu local de trabalho, em casa, na sua roupa ou no carro? | IE10 | | |
| A atmosfera criada pelos públicos portugueses, nos estádios, é pouco acolhedora. | AE1 | Atmosfera / Nível de Entretenimento | Formativa |
| Assistir a um jogo de futebol sem público é aborrecido | AE2 | | |
| Não me divirto a assistir um jogo de futebol no estádio | AE3 | | |
| Sinto-me atraído por jogos importantes para a definição de um objetivo | CT1 | Competitividade | Formativa |
| Em Portugal, os resultados dos jogos são previsíveis | CT2 | | |
| Há falta de competitividade nos jogos em Portugal | CT3 | | |
| Existe corrupção no futebol | CD1 | Credibilidade no Dirigismo | Formativa |
| Não existe transparência no mundo do futebol | CD2 | | |
| Não confio na classe diretiva do futebol | CD3 | | |
| A rede de transportes públicos para os estádios é boa | DA1 | Distância / Acessibilidades | Formativa |
| Demoro muito tempo a chegar ao estádio | DA2 | | |
| É muito difícil estacionar junto ao estádio em dias de jogos | DA3 | | |
| Nos meus tempos livres procuro estar com a minha família | FM1 | Família | Reflexiva |
| Costumo assistir aos jogos com a minha família | FM2 | | |
| Os meus familiares diretos não gostam de futebol | FM3 | | |
| Os bilhetes de futebol são caros | FE1 | Fator Economico | Formativa |
| Ser adepto de futebol sai caro | FE2 | | |
| O preço dos bilhetes é adequado ao espetáculo que é oferecido | FE2 | | |
| Os horários dos jogos não são os mais apropriados | HJ1 | Horários | Formativa |
| Acho que a divulgação do dia e hora oficial dos jogos é realizada muito perto da data do jogo | HJ2 | | |
| O dia e os horários dos jogos não são o mais adequado à minha agenda | HJ3 | | |
| Estar com os outros adeptos e com a multidão no estádio, faz-me sentir parte de um grupo | IS1 | Interação Social | Reflexiva |
| A interação com outros adeptos é uma parte muito importante dos jogos | IS2 | | |
| Tenho a tradição de ver aos jogos com os meus amigos | IS3 | | |
| Gosto de assistir a jogos em locais públicos | IS4 | | |
| O departamento de Marketing do meu clube faz um bom trabalho | MK1 | Marketing | Formativa |
| Existe uma boa divulgação dos jogos | MK2 | | |
| Deveria haver um melhor trabalho para atrair mais público aos estádios | MK3 | | |
| O meu clube fez uma má época | PD1 | Performance desportiva | Formativa |
| Esta temporada, o meu clube ficou aquém dos objetivos propostos | PD2 | | |
| Estou desapontado com os resultados do meu clube | PD3 | | |
| Considero que os estádios têm boas condições | QI1 | Qualidade das Infraestruturas | Formativa |
| Os estádios portugueses são antiquados | QI2 | | |
| Por norma os estádios portugueses são bastante cómodos | QI3 | | |
| Considero que o futebol praticado é de má qualidade / futebol pouco atrativo | QF1 | Qualidade futebol | Formativa |
| Os jogadores não dão o máximo pelo clube | QF2 | | |
| O futebol em Portugal apresenta baixo valor artístico | QF3 | | |
| Ao assistir aos jogos pela TV temos perspetiva de um jogo mais disputado | TV1 | Transmissões Televisivas | Formativa |
| Assistir ao jogo pela TV é mais cómodo do que nos estádios | TV2 | | |
| Assistindo o jogo na TV, posso efetuar mais tarefas ao mesmo tempo | TV3 | | |

| Afirmações | Variável Latente | Variável Manifesta | Relação |
|--|------------------|-----------------------|-----------|
| Existe demasiada violência à volta do futebol. | VS1 | Violência / Segurança | Formativa |
| Sinto-me inseguro nos estádios | VS2 | | |
| Não me identifico com o tipo de pessoas que vão aos jogos de futebol | VS3 | | |
| Quantas vezes assistiram a jogos, no estádio, na presente época? | PFC | Fico em Casa | Formativa |

3.4. Modelo de Estimação

Após a recolha dos dados, procedeu-se à escolha do modelo de estimação a usar de modo a ir de encontro às características inerentes à investigação, conduzindo a resultados válidos e coerentes.

A Análise de Modelos de Equações Estruturais permite analisar e testar, simultaneamente, relações explicativas entre múltiplas variáveis que podem ser manifestas ou latentes (Pilati e Laros, 2007), ao mesmo tempo que admite a existência de erros de medida nas variáveis em estudo.

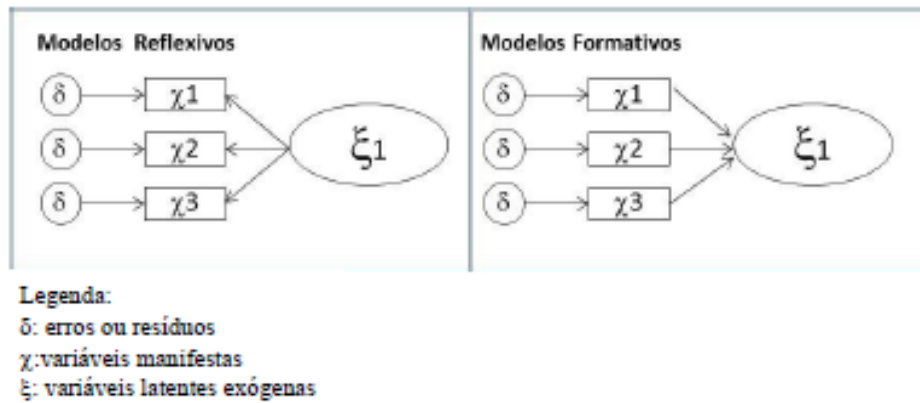
Na estimação através dos modelos de equações estruturais tem que se considerar o modelo de medida e o modelo estrutural. O modelo de medida refere-se às relações entre as variáveis observáveis e as variáveis latentes, definindo a forma como estas últimas são mensuradas pelas primeiras. O modelo estrutural especifica as relações entre as variáveis latentes endógenas e exógenas, ou seja é o modelo construído a partir das hipóteses colocadas.

Nestes modelos, as variáveis latentes são representadas através de um esquema de relacionamentos de causa e efeito, formando um conjunto de ligações diretas e indiretas entre essas variáveis. Estas ligações descrevem as dependências entre as variáveis do modelo, onde cada ligação pode ser traduzida através de uma equação. Ao conjunto de todas essas equações que resultam das ligações do modelo, chamamos Sistema de Equações Estruturais (daí o nome desta tipologia de modelos).

As relações do modelo de medida, ou seja, as relações entre as variáveis observáveis e as latentes podem ser reflexivas ou formativas. Nos modelos reflexivos, a variável latente é a causa das variáveis observadas, enquanto nos modelos formativos as variáveis observadas causam a variável latente.

Na Figura 4, pode-se observar a diferenciação em termos gráficos dos dois modelos referidos.

Figura 4: Exemplificação gráfica da diferença entre modelos reflexivos e formativos



Este estudo contém 16 variáveis latentes, sendo que 13 delas são formativas e 3 reflexivas.

Os modelos baseados em estruturas de covariâncias (CSM) só permitem o estudo de indicadores reflexivos, já os modelos de Mínimos Quadrados Parciais, conhecidos na literatura como PLS, permitem o estudo de indicadores refletivos e formativos. Desta forma este foi o modelo escolhido para o tratamento e estudo do modelo, o *software* informático utilizado foi o SmartPLS 2.0.

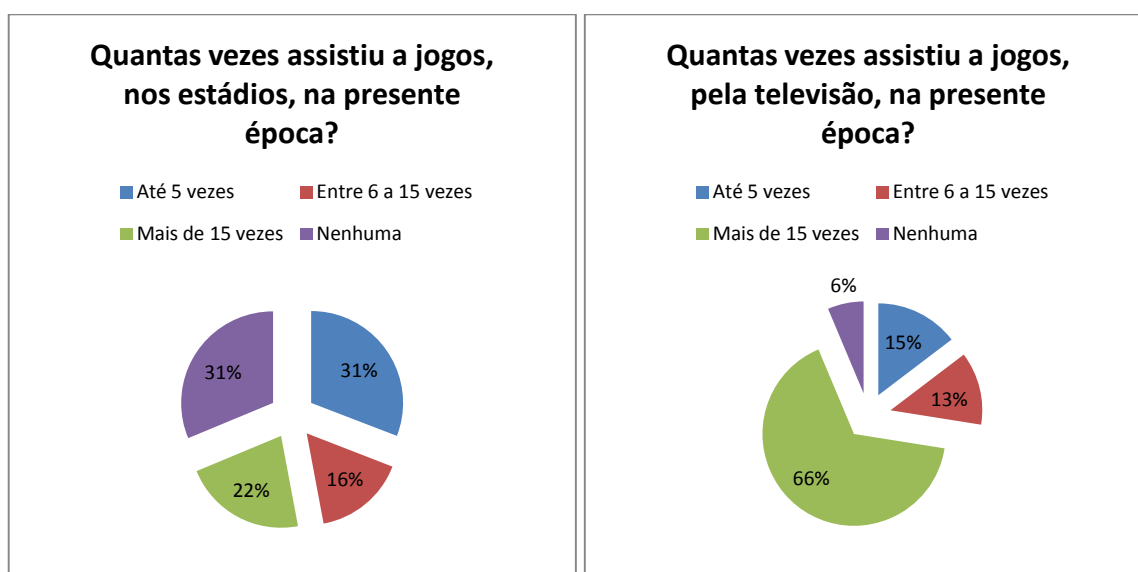
4. Resultados

4.1. Descrição da Amostra

Obtiveram-se 567 respostas válidas ao questionário *online*, disponibilizado através do Google Docs, e divulgado via *e-mail* e nas redes sociais, sendo difundido através de amigos, familiares e conhecidos, que simultaneamente o direcionaram também às suas redes de contactos.

Da totalidade dos inquiridos (567), 511 considera-se adepto de futebol, em contraponto 56, sensivelmente dez por cento da amostra, manifestaram não ter interesse neste desporto. Dada a baixa percentagem dos inquiridos que se consideram não adeptos, os dados foram analisados por inteiro, não tendo existido a purga dos questionários dos não adeptos.

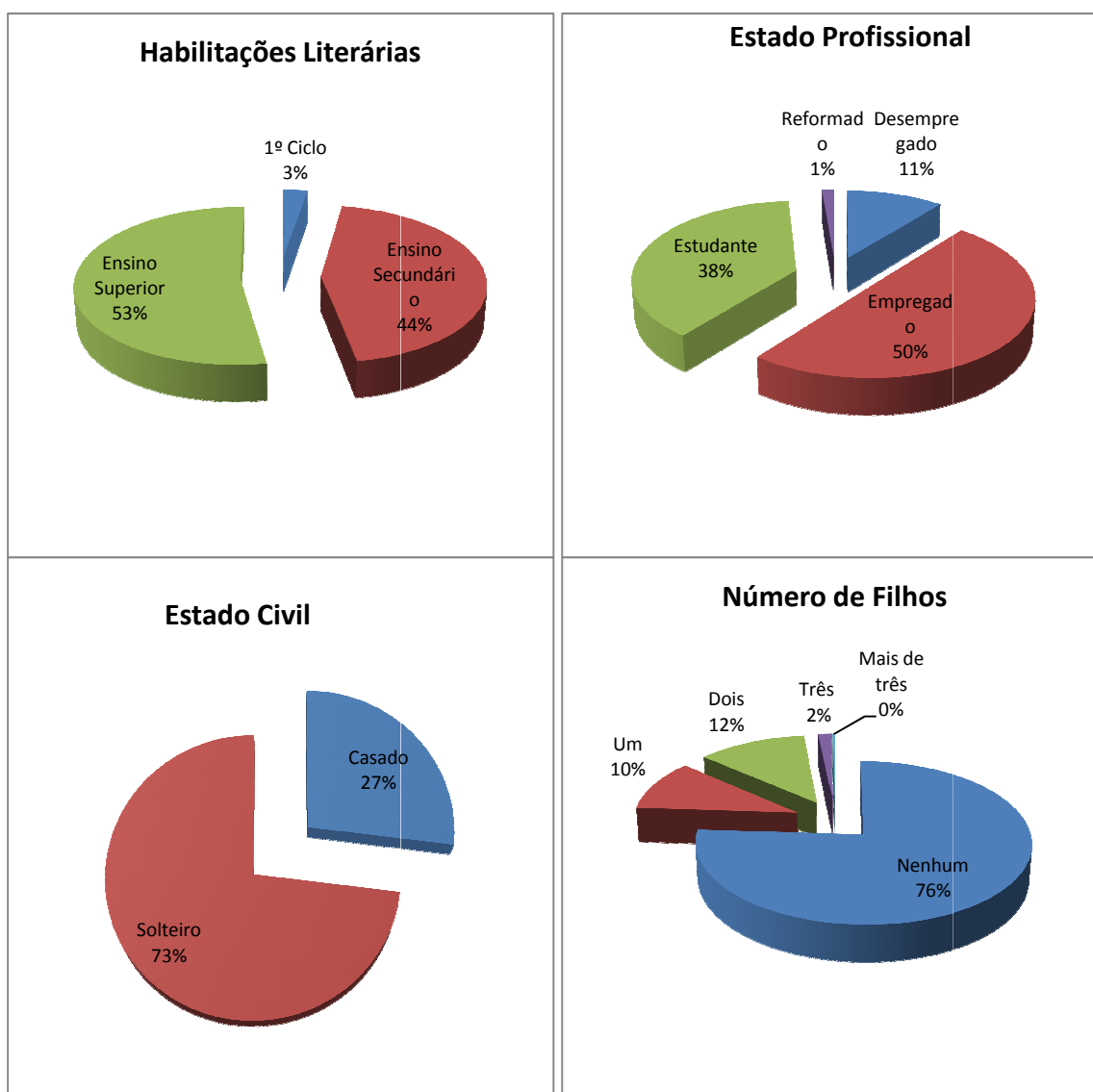
Figura 5: Distribuição da amostra quanto ao número de jogos visionados no estádio e pela TV



Pela análise dos gráficos da Figura 5 constata-se a importância do presente estudo. Cerca de 62% dos inquiridos assistiram a menos de 5 jogos no estádio, sendo que metade destes não viu um único jogo. Contudo 66% revelam ter assistido a mais de 66% dos jogos via transmissão televisiva. Isto mostra que os adeptos gostam realmente de assistir aos jogos de futebol, mas optam por o fazer longe dos estádios. Apesar destas

percentagens elevadas, 22% dos inquiridos são adeptos regulares nos estádios, tendo assistido a mais de 15 jogos ao vivo. É curioso observar que apenas 6% dos inquiridos revelam não ter assistido a um único jogo de futebol, pela televisão, uma percentagem inferior aos inquiridos que não se consideram adeptos de futebol, o que revela que até os não adeptos assistem a alguns jogos de futebol. Assim sendo, também estes podem ser considerados potenciais clientes a captar para os estádios.

Figura 6: Distribuição da amostra relativamente ao nível de habilitações, estado profissional, estado civil e número de filhos

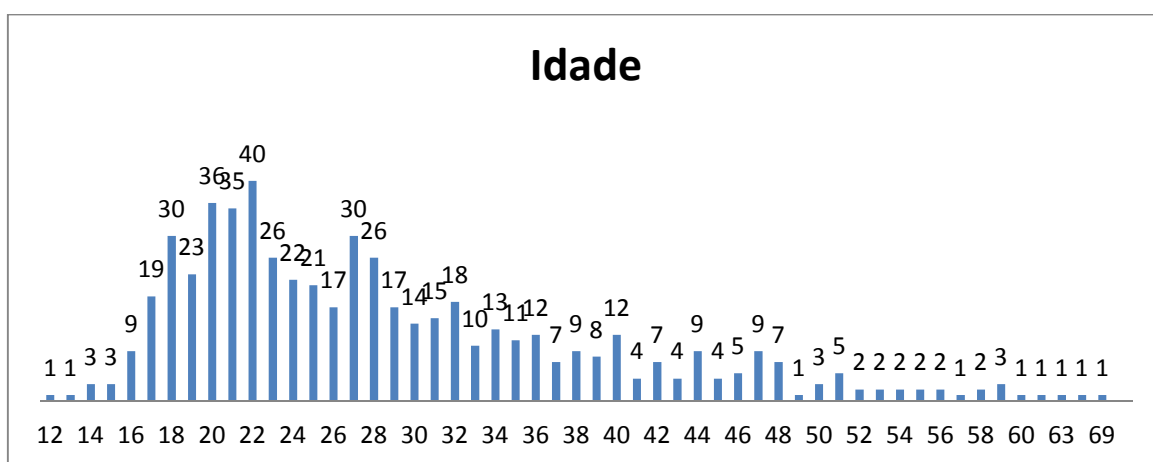


Dos 567 inquiridos, 131 são do sexo feminino, cerca de 23% do total da amostra, e 436 do sexo masculino. Nos gráficos da Figura 6 pode observar-se a distribuição da amostra

relativamente às habilitações literárias, estado profissional, estado civil e quanto ao número de filhos dos inquiridos.

Relativamente às habilitações, mais de metade da amostra possui habilitações ao nível do ensino superior (53%) e apenas 3% apresentam o nível de habilitações básico, 1º ciclo. Relativamente ao estado profissional dos inquiridos, metade da amostra encontra-se empregada e 38% ainda se encontra a estudar. Quanto ao estado civil, 73% da amostra é solteiro e 27% casado. No último gráfico apresenta-se a distribuição quanto ao número de filhos, $\frac{3}{4}$ da amostra não possui filhos.

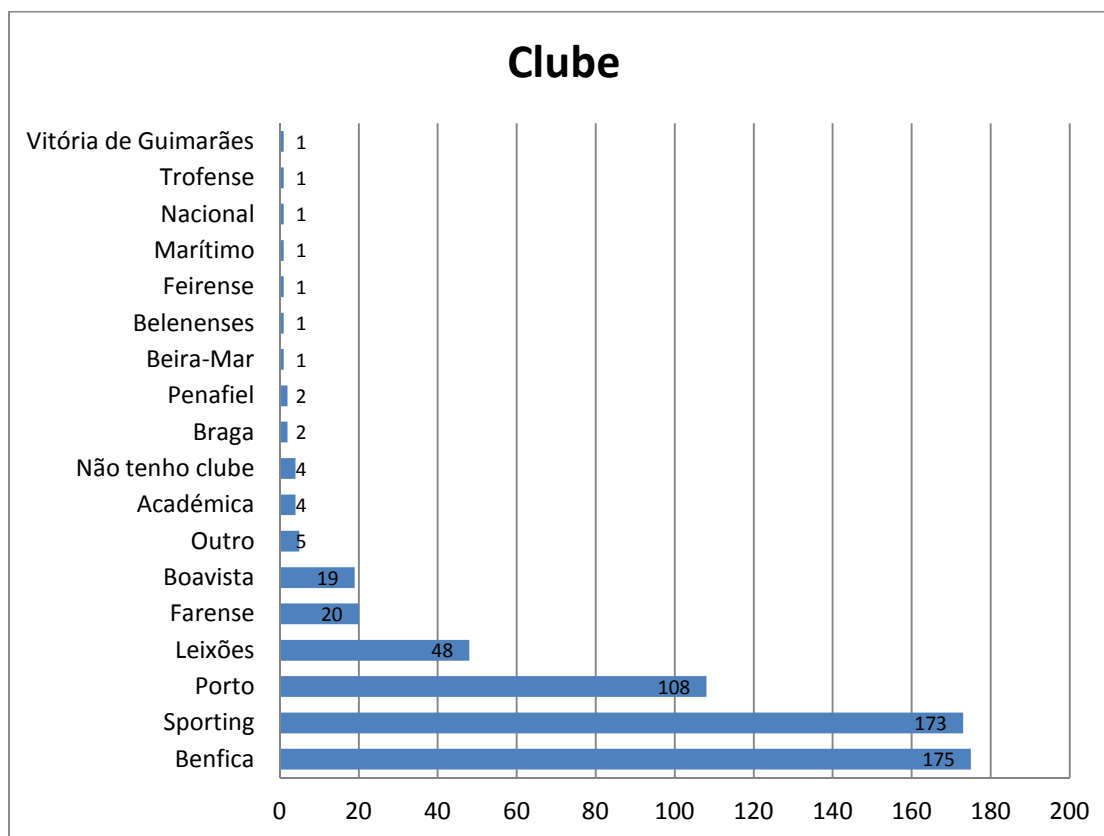
Figura 7: Distribuição da amostra por idade



Na Figura 7, está evidenciada a distribuição da amostra relativamente à idade. O inquirido mais jovem tem 12 anos e o mais velho 69, verificando-se que a grande maioria dos inquiridos situa-se entre 18 e os 40 anos.

Relativamente ao clube que afirmam ser o seu (Figura 8), conforme expectável, a grande maioria é adepta dos três maiores clubes portugueses, 175 do SL Benfica, 173 do Sporting CP e 108 do FC Porto. Apenas 4 inquiridos revelam não ter nenhum clube (repare-se que 56 afirmaram não ser adeptos, mas só apenas 4 dizem não ter clube) e 5 revelam ser adeptos de outro clube que não os da primeira e segunda divisão portuguesa. Ainda assim, a amostra abrange adeptos de pelo menos 17 clubes diferentes, tal como se pode verificar na Figura 8.

Figura 8: Distribuição da amostra por clube



4.2. Validação Modelo Medida

Assim que se obteve as respostas ao inquérito, procedeu-se ao ajustamento de algumas das perguntas que apresentavam o sentido invertido. Foram invertidos os resultados das variáveis latentes IE1, IE2, IE3, IE4, IE5, IE6, IE7, IE8, IE9, IE10, DA1, FE1, MK1, MK2, QI1 e QI2.

Este procedimento teve como objetivo, garantir que, segundo a escala de likert de 7 pontos, para cada questão o valor máximo correspondesse à motivação de não ir ao estádio.

Posteriormente ao ajustamento acima descrito, procedeu-se à validação do modelo, de forma a garantir a fiabilidade dos resultados, e desta forma extrair conclusões estatisticamente válidas. Esta análise foi efetuada apenas para as variáveis reflexivas (Família, Interesse no clube e Interação social)

Inicialmente, realizou-se o teste Kaiser-Meyer-Olkin (KMO) e a esfericidade de Borlett para analisar-se se podia proceder à análise fatorial. Seguidamente procedeu-se à verificação da fiabilidade estatística do modelo medida, através do cálculo do alfa de Cronbach o compósito de confiança de e do AVE- Average Variance Extracted, para as variáveis reflexivas.

O teste KMO é uma estatística que indica a proporção da variância dos dados que pode ser considerada comum a todas as variáveis, ou seja, que pode ser atribuída a um fator comum, então: quanto mais próximo de 1 (unidade) melhor o resultado, ou seja, mais adequada é a amostra à aplicação da análise fatorial. Em todos os casos (tabela 7), as amostras mostraram-se adequadas para a aplicação de análise fatorial ($KMO > 0,5$) (Dziuban, e Shirkey, 1974). Analisando a esfericidade das variáveis, o grau de significância foi nulo para todas as variáveis.

O alfa de Cronbach indica-nos a confiabilidade e consistência do modelo, devendo apresentar um valor superior a 0,60, valor que se apresenta como mínimo aceitável (Sekaran, et al., 2005; Hair, et al, 2006). Conforme se pode observar na tabela 4, as variáveis Família e Interação Social apresentam valores de alfa de Cronbach abaixo ao valor mínimo aceitável de 0,6. Isto levanta limitações na interpretação dos resultados, mas, na verdade, a importância do alfa de Cronbach tem vindo a ser discutida (Tavakol, M., 2011).

No que respeita ao compósito de confiança de Fornell o valor tido como referencia mínima é de 0,7 (Kim et al., 2008). Neste caso, apenas a variável Interesse no clube apresenta um valor superior a 0,7, a Família e Interação Social apresentam um valor inferior ao valor tido como referência mínima.

A AVE (variância média extraída) permite-nos verificar a fiabilidade e validade convergente e discriminante do modelo e deve assumir o valor mínimo de 0,50 (Fornell e Larcker, 1981). Para este parâmetro podemos observar que a variável Interação Social também não cumpre o valor mínimo de fiabilidade.

As correlações entre todas as variáveis devem ser inferiores a 0,90, o que se verifica no modelo em causa, conforme dados apresentados em anexo.

Tabela 7: Indicadores de qualidade do modelo

| Variável Latente | AVE | CR | Cronbachs Alpha | Keiser-Meyer-Olkin | Significância |
|---------------------------|--------|--------|-----------------|--------------------|---------------|
| Família | 0,5197 | 0,5998 | 0,406 | 0,500 | 0,000 |
| Interesse no clube | 0,5407 | 0,9189 | 0,892 | 0,908 | 0,000 |
| Interação Social | 0,3501 | 0,6383 | 0,477 | 0,608 | 0,000 |

Finalizando esta análise, conclui-se que, no presente modelo, as variáveis Família e Interação Social não nos garantem fiabilidade e consistência estatística, Ainda assim, manter-se-ão no modelo de investigação dada a importância que os entrevistados lhes reconheceram.

4.3. Estimação e Validação do Modelo Estrutural

Procedeu-se ao cálculo dos parâmetros do modelo, com vista a verificar quais as hipóteses que se poderiam confirmar, usando para tal o *software* SMART-PLS.

O β apresentado na última coluna da tabela acima, indica-nos a força da relação entre as duas variáveis assim como o sentido dessa relação. O valor *T-Statistic* indica-nos qual a decisão que se deve tomar (aceitar ou rejeitar a hipótese) sendo 1,645 o valor a considerar como valor de referência para um nível de significância de 10%.

Na Tabela 8 estão apresentados os resultados obtidos via *bootstrapping*, e *PLS Algorithm*.

Tabela 8: Tabela resumo dos valores obtidos via SMARTPLS

| | Hipótese | Original Sample | Sample Mean (M) | Standard Deviation (STDEV) | Standard Error (STERR) | T Statistics (IO/STERR) | β |
|---|---|-----------------|-----------------|----------------------------|------------------------|-------------------------|---------|
| 1 | Marketing → Interesse no clube | 0,0308 | 0,0449 | 0,0322 | 0,0322 | 0,9562 | 0,0308 |
| 2 | Atmosfera / Entretenimento → Interesse no clube | 0,1906 | 0,1886 | 0,0607 | 0,0607 | 3,1371 | 0,1906 |
| 3 | Confiança no Dirigismo → Interesse no clube | -0,1027 | -0,1069 | 0,0392 | 0,0392 | 2,6211 | -0,1027 |
| 4 | Fator Económico → Interesse no clube | -0,1281 | -0,1265 | 0,0379 | 0,0379 | 3,3840 | -0,1281 |
| 5 | Qualidade do Futebol → Interesse no clube | -0,1004 | -0,0991 | 0,0431 | 0,0431 | 2,3278 | -0,1004 |
| 6 | Performance Desportivo → Interesse no clube | 0,2469 | 0,2514 | 0,0416 | 0,0416 | 5,9310 | 0,2469 |
| 7 | Marketing → Atmosfera / Entretenimento | 0,1498 | 0,1540 | 0,0412 | 0,0412 | 3,6344 | 0,1498 |
| 8 | Família → Violência / Segurança | 0,1316 | 0,1321 | 0,0415 | 0,0415 | 3,1730 | 0,1316 |
| 9 | Família → Horários dos Jogos | -0,0094 | -0,0473 | 0,0381 | 0,0381 | 0,2458 | -0,0090 |

| | | | | | | | |
|----|---|---------|---------|--------|--------|--------|---------|
| 10 | Horários dos Jogos → Fico em Casa | -0,1635 | -0,1605 | 0,0445 | 0,0445 | 3,6738 | -0,1630 |
| 11 | Distância / Acessibilidades → Fator Económico | 0,2138 | 0,2187 | 0,0433 | 0,0433 | 4,9436 | 0,2138 |
| 12 | Confiança no Dirigismo → Fator Económico | 0,3440 | 0,3517 | 0,0388 | 0,0388 | 8,8601 | 0,3440 |
| 13 | Qualidade das Infraestruturas → Fico em Casa | 0,1206 | 0,1248 | 0,0474 | 0,0474 | 2,5459 | 0,1206 |
| 14 | Transmissões Televisivas → Fico em Casa | 0,2829 | 0,2846 | 0,0432 | 0,0432 | 6,5481 | 0,2829 |
| 15 | Competitividade → Fico em Casa | -0,0181 | -0,0504 | 0,0339 | 0,0339 | 0,5352 | -0,0181 |
| 16 | Atmosfera / Entretenimento → Fico em Casa | 0,0725 | 0,0732 | 0,0393 | 0,0393 | 1,8417 | 0,0725 |
| 17 | Violência / Segurança → Fico em Casa | 0,0404 | 0,0527 | 0,0394 | 0,0394 | 1,0254 | 0,0404 |
| 18 | Família → Fico em Casa | 0,0409 | 0,0470 | 0,0296 | 0,0296 | 1,3812 | 0,0409 |
| 19 | Interação Social → Fico em Casa | -0,1566 | -0,1566 | 0,0396 | 0,0396 | 3,9505 | -0,1566 |
| 20 | Distância / Acessibilidades → Fico em Casa | 0,0398 | 0,0447 | 0,0328 | 0,0328 | 1,2134 | 0,0398 |
| 21 | Fator Económico → Fico em Casa | -0,0445 | -0,0490 | 0,0356 | 0,0356 | 1,2510 | -0,0445 |
| 22 | Qualidade do Futebol → Fico em Casa | -0,0502 | -0,0536 | 0,0337 | 0,0337 | 1,4900 | -0,0502 |
| 23 | Performance Desportiva → Fico em Casa | -0,1133 | -0,1192 | 0,0434 | 0,0434 | 2,6110 | -0,1133 |
| 24 | Interesse no clube → Fico em Casa | 0,2035 | 0,2004 | 0,0393 | 0,0393 | 5,1796 | 0,2035 |

As hipóteses 1, 9, 15, 17, 18, 20, 21 e 22 foram rejeitadas, visto apresentarem um nível de significância superior a 10%, logo não têm relevância estatística. Observou-se também que as hipóteses 3, 4, 5, 6, 10, 19 e 23 apesar de apresentarem o valor T-statistic superior a 1,645, revelaram uma correlação contrária à formulada nas hipóteses do modelo. Relativamente às hipóteses 3 (a confiança no Dirigismo afeta positivamente o interesse dos adeptos no clube.), 4 (o fator económico envolvido na ida aos jogos de futebol é responsável pelo baixo interesse dos adeptos no clube, havendo uma correlação positiva entre estas duas variáveis) e 5 (a fraca qualidade do futebol é responsável pelo baixo interesse dos adeptos no clube, existindo uma correlação positiva entre estas duas variáveis), a razão para o sucedido pode partir pelo facto dos adeptos que revelam maior interesse no clube, terão apetência para ser mais críticos e por esse facto são os que mais apresentam reclamações relativas à confiança no dirigismo, preço dos bilhetes e qualidade do futebol praticado. Na hipótese 23 (a performance desportiva afeta positivamente a decisão de ficar em casa) pode estar a acontecer o mesmo fenómeno, os adeptos que usualmente vão mais vezes aos estádios, apresentam um nível de exigência mais elevado e dessa forma são os que menos apreciam a performance desportiva dos seus clubes, assim como na hipótese 10 (O horário dos jogos afeta positivamente a decisão de ficar em casa) se observa que os adeptos que vão mais vezes, são também os que mais se queixam dos horários.

Relativamente à hipótese 19 (A interação social afeta positivamente a decisão de ficar em casa.), o resultado vem ao encontro de anteriores estudos onde se verificou que a interação social é um dos fatores de atração dos adeptos aos estádios. Os adeptos que dão relevo à interação social, são os que vão mais vezes ao estádio, o que nos diz que os jogos nos estádios satisfazem esta necessidade dos adeptos. A hipótese 19, que relaciona a interação social com a decisão de ficar em casa, foi rejeitada, o que leva a crer que a interação social não é causa de afastamento dos adeptos aos estádios. Contudo é importante realçar que a variável interação social apresenta limitações de validação estatística.

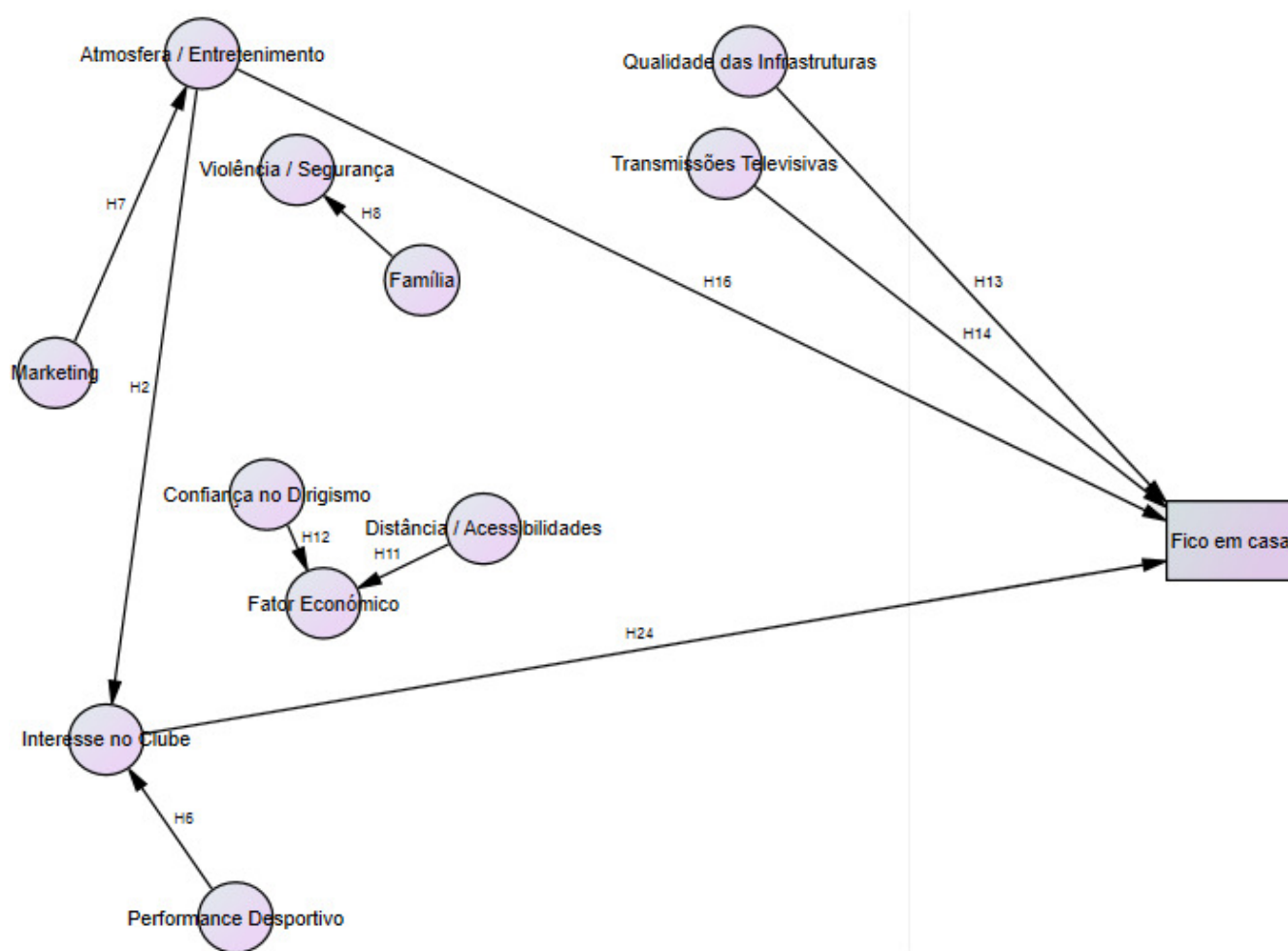
Na Tabela 9 está representado o resumo das hipóteses aceites e rejeitadas.

Tabela 9: Quadro resumo da Validade Estatística das Hipóteses em Estudo

| Hipótese | | |
|----------|---|---|
| 1 | O fraco Marketing de um clube é responsável pelo baixo interesse dos adeptos no clube, existindo então uma correlação positiva entre estas duas variáveis. | ✗ |
| 2 | A atmosfera e o entretenimento percebido durante um jogo de futebol afeta positivamente o interesse dos adeptos no clube. | ✓ |
| 3 | A confiança no Dirigismo afeta positivamente o interesse dos adeptos no clube. | ✗ |
| 4 | O fator económico envolvido na ida aos jogos de futebol é responsável pelo baixo interesse dos adeptos no clube, havendo uma correlação positiva entre estas duas variáveis | ✗ |
| 5 | A fraca qualidade do futebol é responsável pelo baixo interesse dos adeptos no clube, existindo uma correlação positiva entre estas duas variáveis. | ✗ |
| 6 | A performance desportiva do clube afeta positivamente o interesse no clube | ✓ |
| 7 | O marketing afeta positivamente a atmosfera e entretenimento criado durante um jogo de futebol. | ✓ |
| 8 | Assistir a jogos de futebol em família aumenta as preocupações com as questões de violência e segurança, existindo uma correlação positiva entre estas duas variáveis. | ✓ |
| 9 | O horário dos jogos é inadequado para os adeptos que dão importância à interação familiar, existindo uma correlação positiva entre estas duas variáveis. | ✗ |
| 10 | O horário dos jogos afeta positivamente a decisão de ficar em casa. | ✗ |
| 11 | A distância e acessibilidades afeta positivamente o fator económico. | ✓ |
| 12 | A confiança no dirigismo afeta positivamente o fator económico. | ✓ |
| 13 | A qualidade das infraestruturas afeta positivamente a decisão de ficar em casa | ✓ |
| 14 | As transmissões televisivas afetam positivamente a decisão de ficar em casa | ✓ |
| 15 | A competitividade afeta positivamente a decisão de ficar em casa. | ✗ |
| 16 | A atmosfera/entretenimento afeta positivamente a decisão de ficar em casa. | ✓ |
| 17 | A violência e Segurança nos estádios afetam positivamente a decisão de ficar em casa. | ✗ |
| 18 | A família afeta positivamente a decisão de ficar em casa. | ✗ |
| 19 | A interação social afeta positivamente a decisão de ficar em casa. | ✗ |
| 20 | A distância e acessibilidades afeta positivamente a decisão de ficar em casa. | ✗ |
| 21 | O fator económico afeta positivamente a decisão de ficar em casa. | ✗ |
| 22 | A qualidade do futebol afeta positivamente a decisão de ficar em casa. | ✗ |
| 23 | A performance desportiva afeta positivamente a decisão de ficar em casa | ✗ |
| 24 | O interesse no clube afeta positivamente a decisão de ficar em casa | ✓ |

As hipóteses aceites foram a 2 (a atmosfera e o entretenimento percecionado durante um jogo de futebol afeta positivamente o interesse dos adeptos no clube), 6 (a performance desportiva do clube afeta positivamente o interesse no clube), 7 (o marketing afeta positivamente a atmosfera e entretenimento criado durante um jogo de futebol), 8 (assistir a jogos de futebol em família aumenta as preocupações com as questões de violência e segurança, existindo uma correlação positiva entre estas duas variáveis), 10 (o horário dos jogos de futebol afeta negativamente a interação social promovida durante os mesmos), 11 (a distância e acessibilidades afeta positivamente o fator económico), 12 (a confiança no dirigismo afeta positivamente o fator económico), 13 (a qualidade das infraestruturas afeta positivamente a decisão de ficar em casa), 14 (as transmissões televisivas afetam positivamente a decisão de ficar em casa), 16 (a atmosfera/entretenimento afeta positivamente a decisão de ficar em casa.) e 24 (o interesse no clube afeta positivamente a decisão de ficar em casa).

Figura 9: Estrutura do modelo estimado



Resumindo os resultados obtidos, verificamos que as variáveis que afetam diretamente a decisão de não ida ao estádio são o nível de interesse no clube, a atmosfera e o entretenimento percebido nos estádios, a qualidade das infraestruturas e a transmissões televisivas. Observamos também que a atmosfera dos estádios e o entretenimento percebido, assim como a performance desportiva têm impacto no nível de interesse dos adeptos pelos clubes. A hipótese 7 revela-nos que o marketing dos clubes é um dos fatores para que influencia as atmosferas nos estádios e o nível de entretenimento dos mesmos. A violência é também apontada como um fator de constrangimento pelos adeptos que dão importância à interação familiar e os horários dos jogos são inapropriados para os adeptos que dão importância à interação social. Verificou-se ainda que a distância e acessibilidades, assim como a falta de confiança no dirigismo desportivo, influenciam a percepção do custo da ida ao futebol.

4.4. Introdução de Fatores Moderadores e Análise Multigrupo

Após a análise do modelo para a totalidade da amostra, procedeu-se à análise multigrupo para averiguar se os fatores demográficos exercem efeito moderador nas hipóteses de investigação. Assim, recorrendo novamente ao *software* SMART-PLS, estimou-se o modelo, via *bootstrapping*, para cada uma das “sub-amostras”.

Conhecidos os resultados, verificamos para as hipóteses validadas, se existe diferença estatisticamente significativa entre os fatores, através do cálculo da T-statistic, através da seguinte fórmula.

$$t = \frac{Path_{sample_1} - Path_{sample_2}}{\left[\sqrt{\frac{(m-1)^2}{(m+n-2)} * S.E.^2_{sample_1} + \frac{(n-1)^2}{(m+n-2)} * S.E.^2_{sample_2}} \right] * \left[\sqrt{\frac{1}{m} + \frac{1}{n}} \right]}$$

Em que:

$Path_{sample_x}$ corresponde à Média Amostral da categoria x

$S.E._{sample_x}$ corresponde ao Desvio Padrão da categoria x

m corresponde ao nº de casos da categoria 1

n corresponde ao nº de casos da categoria 2

Na seguinte tabela apresenta-se a divisão realizada para cada variável demográfica.

Tabela 10: Quadro resumo da divisão multi-grupo

| Variável Demográfica | Categorias | Nº Observações |
|------------------------------|---------------------------|-----------------------|
| Género | Masculino | 436 |
| | Feminino | 131 |
| Idade | Menos de 18 anos | 36 |
| | Entre 18 e 29 anos | 323 |
| | Entre 30 e 39 anos | 117 |
| | 40 ou mais anos | 91 |
| Estado Civil | Solteiro | 414 |
| | Casado | 153 |
| Número de Filhos | Sem filhos | 431 |
| | Com 1 filho | 59 |
| | Com 2 ou mais filhos | 77 |
| Estado Profissional | Estudante | 216 |
| | Empregado | 283 |
| | Desempregado ou Reformado | 68 |
| Nível de Habilitações | Sem ensino superior | 268 |
| | Com ensino superior | 299 |
| Clube | Benfica | 175 |
| | Sporting | 173 |
| | Porto | 108 |
| | Outros Clubes | 111 |

Quanto ao género a divisão é feita entre homens e mulheres. Relativamente à idade, dividiu-se em 4 grupos, os menores de idade (menos de 18 anos), os adeptos entre os 18 e 29 anos, o qual representa a maioria da amostra, com 323 adeptos, os adeptos entre os 30 e os 39 anos e os adeptos com mais de 40 anos. Inicialmente a ideia seria dividir os adeptos, maiores de idade, por décadas, contudo acima dos 40 anos de idade a amostra é reduzida para se dividir em subgrupos, conforme demonstra a figura 7, desta forma o último grupo agrupa todos os adeptos com mais de 40 anos de idade.

Tendo em conta o estado civil a amostra foi dividida em dois grupos, os solteiros e os casados. Como solteiro considerou-se quem não vive, atualmente, em união de facto, considerando efetivamente solteiros, divorciados e viúvos. Por outro lado, o estado de casado considera-se as pessoas que vivem como casal, estando efetivamente casados ou não.

Relativamente ao número de filhos, a amostra foi dividida em três grupos, os adeptos sem filhos, num total de 431 adeptos, os adeptos com 1 filho, e os adeptos com 2 ou mais filhos que foram todos incluídos na mesma categoria dado o baixo número, 77.

Quanto ao estado profissional a divisão foi feita também em três grupos, os estudantes, os adeptos que ainda não entraram no mercado de trabalho, os adeptos atualmente empregados e por fim, dado o baixo número de reformados, apenas sete, juntou-se os reformados e os desempregados no mesmo grupo, uma vez que o grupo dos desempregados é dos três restantes grupos o que mais semelhanças apresenta com os reformados, fundamentalmente devido ao tempo livre disponível, totalizando um grupo com 68 observações. Os desempregados e reformados foram colocados no mesmo grupo dado o tempo disponível para assistir aos jogos de futebol.

Relativamente ao nível de habilitações literárias a amostra foi dividida em dois grupos, os adeptos com habilitações ao nível do ensino superior, 299, e outro grupo que inclui os adeptos com nível de ensino básico.

Por fim, foi efetuada a distribuição da amostra relativamente ao clube dos adeptos, procedendo-se à divisão em quatro grupos, um com os adeptos do Benfica, outro com os adeptos do Sporting, o terceiro com os adeptos do Porto e por fim um grupo com os adeptos dos restantes clubes.

De seguida apresentam-se os resultados obtidos pela análise efetuada para cada um dos subgrupos da amostra, acima referidos. De realçar que esta análise foi realizada, para todos os subgrupos, recorrendo ao Software SMARTPLS, no entanto, apenas na apresentação dos resultados para os subgrupos definidos quanto ao género, é apresentada, no presente capítulo, a tabela (Tabela 11) resumo com os resultados deste software, servindo como exemplo. Para todos os restantes subgrupos, estas tabelas são remetidas para Anexo (ver Anexo VI).

4.4.1. Género

Na Tabela 11, apresentam-se os resultados obtidos para os dois subgrupos da amostra, divididos quanto ao género dos adeptos.

Tabela 11: Tabela resumo dos valores obtidos via SMARTPLS para os sub-grupos divididos quanto ao género

| Hipótese | | Masculino | | Feminino | | T Value |
|----------|---|--------------|---------|--------------|---------|---------|
| | | T Statistics | β | T Statistics | β | |
| 1 | Marketing → Interesse no clube | 0,9209 | 0,0032 | 2,0892 | 0,1868 | 1,8136 |
| 2 | Atmosfera / Entretenimento → Interesse no clube | 2,5900 | 0,0364 | 1,5942 | 0,1382 | 0,3261 |
| 3 | Confiança no Dirigismo → Interesse no clube | 2,5764 | -0,0206 | 0,0340 | -0,0017 | 0,5478 |
| 4 | Fator Económico → Interesse no clube | 2,7340 | -0,0268 | 2,8032 | -0,1858 | 0,4578 |
| 5 | Qualidade do Futebol → Interesse no clube | 2,0789 | -0,0179 | 0,2407 | 0,0147 | 1,8749 |
| 6 | Performance Desportivo → Interesse no clube | 4,8685 | 0,0284 | 2,9314 | 0,2346 | 0,0440 |
| 7 | Marketing → Atmosfera / Entretenimento | 3,3647 | 0,0813 | 3,7655 | 0,2985 | 1,6849 |
| 8 | Família → Violência / Segurança | 2,7315 | 0,1271 | 2,0881 | -0,1860 | 3,2975 |
| 9 | Família → Horários dos Jogos | 1,0445 | 0,0622 | 0,9330 | 0,0908 | 0,7551 |
| 10 | Horários dos Jogos → Fico em Casa | 3,1890 | -0,1592 | 0,3923 | -0,0379 | 0,1854 |
| 11 | Distância / Acessibilidades → Fator Económico | 4,6110 | 0,1623 | 1,5771 | -0,1535 | 4,0272 |
| 12 | Confiança no Dirigismo → Fator Económico | 7,2001 | 0,3306 | 3,9258 | 0,3729 | 0,3880 |
| 13 | Qualidade das Infraestruturas → Fico em Casa | 2,2980 | 0,0629 | 0,3962 | -0,0289 | 2,1057 |
| 14 | Transmissões Televisivas → Fico em Casa | 5,8885 | 0,2076 | 3,6020 | 0,3418 | 0,4052 |
| 15 | Competitividade → Fico em Casa | 0,4272 | -0,0145 | 0,7271 | -0,052 | 0,5326 |
| 16 | Atmosfera / Entretenimento → Fico em Casa | 1,4397 | 0,067 | 1,1511 | 0,0733 | 0,2192 |
| 17 | Violência / Segurança → Fico em Casa | 0,924 | 0,0325 | 0,5859 | -0,0398 | 1,7779 |
| 18 | Família → Fico em Casa | 1,2657 | 0,0317 | 0,4039 | -0,0205 | 1,8646 |
| 19 | Interação Social → Fico em Casa | 2,9474 | -0,2138 | 1,0353 | -0,0643 | 0,6074 |
| 20 | Distância / Acessibilidades → Fico em Casa | 1,1352 | 0,0305 | 0,2144 | 0,0106 | 0,2995 |
| 21 | Fator Económico → Fico em Casa | 1,2999 | -0,045 | 0,6564 | -0,0387 | 0,2351 |
| 22 | Qualidade do Futebol → Fico em Casa | 1,3415 | -0,0433 | 0,9911 | 0,0854 | 2,1604 |
| 23 | Performance Desportivo → Fico em Casa | 2,3879 | -0,0631 | 0,0447 | 0,0031 | 2,1357 |
| 24 | Interesse no clube → Fico em Casa | 4,3351 | 0,9849 | 2,6293 | 0,2696 | 0,3092 |

Analisando a tabela acima verificamos que para o género masculino, são aprovadas as mesmas hipóteses que para a análise da amostra completa, com a exceção da hipótese 16 (a atmosfera/entretenimento afeta positivamente a decisão de ficar em casa.), que neste caso é também rejeitada. No caso do género feminino, além da hipótese 16, são também rejeitadas as hipóteses 2 (a atmosfera e o entretenimento percecionado durante um jogo de futebol afeta positivamente o interesse dos adeptos no clube), 8 (assistir a jogos de futebol em família aumenta as preocupações com as questões de violência e segurança, existindo uma correlação positiva entre estas duas variáveis), 11 (a distância e acessibilidades afeta positivamente o fator económico) e 13 (a qualidade das infraestruturas afeta positivamente a decisão de ficar em casa). Contudo no caso

feminino, verifica-se uma correlação para a primeira hipótese (o fraco Marketing de um clube é responsável pelo baixo interesse dos adeptos no clube, existindo então uma correlação positiva entre estas duas variáveis.), que nos diz que as mulheres consideram o Marketing como uma ferramenta importante para aumentar o interesse no clube.

Analisando a coluna mais à direita da tabela, observamos que para as hipóteses validadas por ambos os grupos, apenas se verifica diferença estatística entre homens e mulheres, na hipótese 7, onde constatamos que as mulheres dão mais importância ao marketing como força motriz para a criação de atmosferas positivas nos estádios e o melhoramento do nível de entretenimento.

Tabela 12: Quadro resumo da validade estatística das hipóteses em estudo para os sub-grupos divididos quanto ao género

| | Hipótese | Masculino | Feminino |
|----|---|-----------|----------|
| 1 | O fraco Marketing de um clube é responsável pelo baixo interesse dos adeptos no clube, existindo então uma correlação positiva entre estas duas variáveis. | ✗ | ✓ |
| 2 | A atmosfera e o entretenimento percecionado durante um jogo de futebol afeta positivamente o interesse dos adeptos no clube. | ✓ | ✗ |
| 3 | A confiança no Dirigismo afeta positivamente o interesse dos adeptos no clube. | ✗ | ✗ |
| 4 | O fator económico envolvido na ida aos jogos de futebol é responsável pelo baixo interesse dos adeptos no clube, havendo uma correlação positiva entre estas duas variáveis | ✗ | ✗ |
| 5 | A fraca qualidade do futebol é responsável pelo baixo interesse dos adeptos no clube, existindo uma correlação positiva entre estas duas variáveis. | ✗ | ✗ |
| 6 | A performance desportiva do clube afeta positivamente o interesse no clube | ✓ | ✓ |
| 7 | O marketing afeta positivamente a atmosfera e entretenimento criado durante um jogo de futebol. | ✓ | ✓ |
| 8 | Assistir a jogos de futebol em família aumenta as preocupações com as questões de violência e segurança, existindo uma correlação positiva entre estas duas variáveis. | ✓ | ✗ |
| 9 | O horário dos jogos é inadequado para os adeptos que dão importância à interacção familiar, existindo uma correlação positiva entre estas duas variáveis. | ✗ | ✗ |
| 10 | O horário dos jogos afeta positivamente a decisão de ficar em casa. | ✗ | ✗ |
| 11 | A distância e acessibilidades afeta positivamente o fator económico. | ✓ | ✗ |
| 12 | A confiança no dirigismo afeta positivamente o fator económico. | ✓ | ✓ |
| 13 | A qualidade das infraestruturas afeta positivamente a decisão de ficar em casa | ✓ | ✗ |
| 14 | As transmissões televisivas afetam positivamente a decisão de ficar em casa | ✓ | ✓ |
| 15 | A competitividade afeta positivamente a decisão de ficar em casa. | ✗ | ✗ |
| 16 | A atmosfera/entretenimento afeta positivamente a decisão de ficar em casa. | ✗ | ✗ |
| 17 | A violência e Segurança nos estádios afetam positivamente a decisão de ficar em casa. | ✗ | ✗ |
| 18 | A família afeta positivamente a decisão de ficar em casa. | ✗ | ✗ |
| 19 | A interação social afeta positivamente a decisão de ficar em casa. | ✗ | ✗ |
| 20 | A distância e acessibilidades afeta positivamente a decisão de ficar em casa. | ✗ | ✗ |
| 21 | O fator económico afeta positivamente a decisão de ficar em casa. | ✗ | ✗ |
| 22 | A qualidade do futebol afeta positivamente a decisão de ficar em casa. | ✗ | ✗ |
| 23 | A performance desportiva afeta positivamente a decisão de ficar em casa | ✗ | ✗ |
| 24 | O interesse no clube afeta positivamente a decisão de ficar em casa | ✓ | ✓ |

Analisando o quadro resumo (Tabela 12), verificamos que o interesse no clube e as transmissões televisivas são os fatores chave para a decisão dos adeptos ficarem em casa, tanto para o caso do público masculino como o feminino. Ao contrário das mulheres, os homens dão também importância à qualidade das infraestruturas, conforme comprova a validação da hipótese 13 para o público masculino.

Observa-se também que a performance desportiva é crucial para o interesse dos adeptos no clube, sendo que o público masculino dá também relevância à atmosfera e o entretenimento e o interesse do público feminino é afetado pelo marketing dos clubes.

Em ambos os grupos, foram também validadas as relações entre o marketing e a atmosfera e o entretenimento, que nos revela que o marketing tem de ser melhor trabalhado por parte dos clubes, e a ligação entre a confiança no dirigismo e o fator económico.

Para o público masculino verificou-se que a distância e acessibilidades também afeta o fator económico, assim como os adeptos que dão importância às relações familiares se queixam da violência e segurança nos estádios.

4.4.2. Idade

Conforme o atrás referido, a tabela com os resultados obtidos da análise efetuada recorrendo ao Software SMARTPLS encontra-se no Anexo VI.

Na tabela seguinte (Tabela 13) apresenta-se o resumo das hipóteses validadas por cada um dos subgrupos definidos quanto à idade.

Tabela 13: Quadro resumo da validade estatística das hipóteses em estudo para os sub-grupos divididos quanto à idade

| Hipótese | | < 18 anos | Entre 18 e 29 anos | Entre 30 e 39 anos | >40 anos |
|----------|--|-----------|--------------------|--------------------|----------|
| 1 | O fraco Marketing de um clube é responsável pelo baixo interesse dos adeptos no clube, existindo então uma correlação positiva entre estas duas variáveis. | ✗ | ✗ | ✗ | ✗ |
| 2 | A atmosfera e o entretenimento percecionado durante um jogo de futebol afeta positivamente o interesse dos adeptos no clube. | ✗ | ✓ | ✓ | ✗ |
| 3 | A confiança no Dirigismo afeta positivamente o interesse dos adeptos no clube. | ✗ | ✗ | ✓ | ✗ |

| Hipótese | | < 18 anos | Entre 18 e 29 anos | Entre 30 e 39 anos | >40 anos |
|----------|---|--------------|-----------------------|-----------------------|-------------|
| 4 | O fator económico envolvido na ida aos jogos de futebol é responsável pelo baixo interesse dos adeptos no clube, havendo uma correlação positiva entre estas duas variáveis | ✗ | ✗ | ✗ | ✗ |
| 5 | A fraca qualidade do futebol é responsável pelo baixo interesse dos adeptos no clube, existindo uma correlação positiva entre estas duas variáveis. | ✗ | ✗ | ✗ | ✗ |
| 6 | A performance desportiva do clube afeta positivamente o interesse no clube | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ |
| 7 | O marketing afeta positivamente a atmosfera e entretenimento criado durante um jogo de futebol. | ✗ | ✓ | ✗ | ✓ |
| 8 | Assistir a jogos de futebol em família aumenta as preocupações com as questões de violência e segurança, existindo uma correlação positiva entre estas duas variáveis. | ✓ | ✓ | ✗ | ✗ |
| 9 | O horário dos jogos é inadequado para os adeptos que dão importância à interação familiar, existindo uma correlação positiva entre estas duas variáveis. | ✓ | ✓ | ✗ | ✓ |
| 10 | O horário dos jogos afeta positivamente a decisão de ficar em casa. | ✗ | ✗ | ✗ | ✗ |
| 11 | A distância e acessibilidades afeta positivamente o fator económico. | ✓ | ✓ | ✗ | ✓ |
| 12 | A confiança no dirigismo afeta positivamente o fator económico. | ✗ | ✓ | ✓ | ✓ |
| 13 | A qualidade das infraestruturas afeta positivamente a decisão de ficar em casa | ✓ | ✓ | ✗ | ✗ |
| 14 | As transmissões televisivas afetam positivamente a decisão de ficar em casa | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ |
| 15 | A competitividade afeta positivamente a decisão de ficar em casa. | ✗ | ✗ | ✗ | ✗ |
| 16 | A atmosfera/entretenimento afeta positivamente a decisão de ficar em casa. | ✓ | ✓ | ✗ | ✗ |
| 17 | A violência e Segurança nos estádios afetam positivamente a decisão de ficar em casa. | ✗ | ✓ | ✗ | ✗ |
| 18 | A família afeta positivamente a decisão de ficar em casa. | ✗ | ✗ | ✓ | ✗ |
| 19 | A interação social afeta positivamente a decisão de ficar em casa. | ✗ | ✗ | ✗ | ✗ |
| 20 | A distância e acessibilidades afeta positivamente a decisão de ficar em casa. | ✗ | ✗ | ✗ | ✗ |
| 21 | O fator económico afeta positivamente a decisão de ficar em casa. | ✗ | ✗ | ✗ | ✗ |
| 22 | A qualidade do futebol afeta positivamente a decisão de ficar em casa. | ✗ | ✗ | ✗ | ✗ |
| 23 | A performance desportiva afeta positivamente a decisão de ficar em casa | ✗ | ✗ | ✗ | ✗ |
| 24 | O interesse no clube afeta positivamente a decisão de ficar em casa | ✗ | ✓ | ✓ | ✓ |

Observando o quadro resumo (Tabela 13), podemos concluir que as transmissões televisivas são um fator importante para a decisão de ficar em casa para os adeptos de todas as faixas etárias, já o interesse no clube não tem importância para os adeptos mais novos (menores de 18 anos), mas é relevante para os restantes. Por outro lado, a qualidade das infraestruturas, atmosfera nos estádios e o entretenimento é um fator relevante para a não ida ao estádio, apenas para as duas faixas etárias mais baixas. Verifica-se também que a violência e segurança é relevante apenas para os adeptos entre os 18 e 29 anos (H17) e os motivos familiares influenciam os adeptos entre os 30 e os 39 (H18).

Relativamente aos fatores que influenciam o interesse dos adeptos no clube, verificamos que a performance desportiva é importante para todas as faixas etárias (H6), sendo a atmosfera e entretenimento para os adeptos nas faixas etárias entre os 18 e os 39 (H2) e a confiança no dirigismo para os adeptos entre os 30 e os 39 (H3).

A influência do Marketing na atmosfera e entretenimento é validada pelos adeptos entre os 18 e os 29 anos e pelos adeptos acima dos 40 anos (H7). A hipótese 8 (Assistir a jogos de futebol em família aumenta as preocupações com as questões de violência e segurança), existindo uma correlação positiva entre estas duas variáveis. foi validada apenas pelos adeptos com menos de 30 anos e a 9 (o horário dos jogos é inadequado para os adeptos que dão importância à interação familiar, existindo uma correlação positiva entre estas duas variáveis) por estes e pelos adeptos com mais de 40 anos.

O impacto da distância e acessibilidades no fator económico (H11) foi validado por todos os adeptos, exceto os da faixa etária entre os 30 e 39 anos, e o impacto da confiança no dirigismo também no fator económico (H12) foi validada pelos adeptos com mais de 18 anos.

Pela análise efetuada com o cálculo do t-value entre cada dois subgrupos, conforme explicado no ponto 4.4 observou-se ainda uma diferenciação estatística entre os adeptos da faixa etária dos 18 aos 29 anos e os adeptos com mais de 40 anos para a hipótese 12. Apesar de ambos os grupos validarem a influência da confiança no dirigismo no fator económico, este aspeto é mais notório nos adeptos acima dos 40 anos. Isto, acrescentado o facto dos adeptos menores não terem validado esta mesma hipótese, revela-nos que com o aumento da idade o descrédito no dirigismo vai tendo mais peso no fator económico.

4.4.3. Estado Civil

Conforme o atrás referido, a tabela com os resultados obtidos da análise efetuada recorrendo ao Software SMARTPLS encontra-se no Anexo VI

Na Tabela 14 apresenta-se o resumo das hipóteses validadas por cada um dos subgrupos definidos quanto ao estado civil.

Tabela 14: Quadro resumo da validade estatística das hipóteses em estudo para os sub-grupos divididos quanto ao estado civil

| | Hipótese | Solteiro | Casado |
|----|---|----------|--------|
| 1 | O fraco Marketing de um clube é responsável pelo baixo interesse dos adeptos no clube, existindo então uma correlação positiva entre estas duas variáveis. | ✗ | ✗ |
| 2 | A atmosfera e o entretenimento percebido durante um jogo de futebol afeta positivamente o interesse dos adeptos no clube. | ✓ | ✓ |
| 3 | A confiança no Dirigismo afeta positivamente o interesse dos adeptos no clube. | ✗ | ✗ |
| 4 | O fator económico envolvido na ida aos jogos de futebol é responsável pelo baixo interesse dos adeptos no clube, havendo uma correlação positiva entre estas duas variáveis | ✗ | ✗ |
| 5 | A fraca qualidade do futebol é responsável pelo baixo interesse dos adeptos no clube, existindo uma correlação positiva entre estas duas variáveis. | ✗ | ✗ |
| 6 | A performance desportiva do clube afeta positivamente o interesse no clube | ✓ | ✓ |
| 7 | O marketing afeta positivamente a atmosfera e entretenimento criado durante um jogo de futebol. | ✓ | ✓ |
| 8 | Assistir a jogos de futebol em família aumenta as preocupações com as questões de violência e segurança, existindo uma correlação positiva entre estas duas variáveis. | ✗ | ✓ |
| 9 | O horário dos jogos é inadequado para os adeptos que dão importância à interação familiar, existindo uma correlação positiva entre estas duas variáveis. | ✓ | ✓ |
| 10 | O horário dos jogos afeta positivamente a decisão de ficar em casa. | ✗ | ✗ |
| 11 | A distância e acessibilidades afeta positivamente o fator económico. | ✗ | ✓ |
| 12 | A confiança no dirigismo afeta positivamente o fator económico. | ✓ | ✓ |
| 13 | A qualidade das infraestruturas afeta positivamente a decisão de ficar em casa | ✗ | ✓ |
| 14 | As transmissões televisivas afetam positivamente a decisão de ficar em casa | ✓ | ✓ |
| 15 | A competitividade afeta positivamente a decisão de ficar em casa. | ✗ | ✗ |
| 16 | A atmosfera/entretenimento afeta positivamente a decisão de ficar em casa. | ✗ | ✓ |
| 17 | A violência e Segurança nos estádios afetam positivamente a decisão de ficar em casa. | ✗ | ✓ |
| 18 | A família afeta positivamente a decisão de ficar em casa. | ✗ | ✗ |
| 19 | A interação social afeta positivamente a decisão de ficar em casa. | ✗ | ✗ |
| 20 | A distância e acessibilidades afeta positivamente a decisão de ficar em casa. | ✗ | ✗ |
| 21 | O fator económico afeta positivamente a decisão de ficar em casa. | ✗ | ✗ |
| 22 | A qualidade do futebol afeta positivamente a decisão de ficar em casa. | ✗ | ✗ |
| 23 | A performance desportiva afeta positivamente a decisão de ficar em casa | ✗ | ✗ |
| 24 | O interesse no clube afeta positivamente a decisão de ficar em casa | ✓ | ✓ |

Analisando a Tabela 14, com os resultados obtidos para os dois subgrupos da amostra, divididos quanto ao estado civil dos adeptos, verificamos que em ambos os grupos (solteiros e casados) são validadas as hipóteses, H2, H6, H7, H9, H12, H14 e H24. Estas hipóteses indicam-nos que a decisão de ficar em casa é influenciada pelo interesse dos adeptos no clube (H24) e pelas transmissões televisivas (H14). Quanto ao interesse no clube é influenciado pela atmosfera e entretenimento dos estádios (H2) e pela performance desportiva (H6). Verifica-se também que ambos os grupos consideram que o marketing influencia a atmosfera e o entretenimento (H7). Constata-se ainda que os adeptos que dão importância à família consideram os horários inadequados (H9) e a

falta de confiança no dirigismo diminui a decisão dos adeptos despendarem dinheiro na ida ao futebol (H12).

A decisão de ficar em casa, no caso dos casados é também influenciada pela violência e segurança (H17), a atmosfera e o entretenimento (H16) e a qualidade das infraestruturas (H11). Verifica-se ainda que entre os casados, os adeptos que dão mais importância à família também se preocupam mais com a violência e segurança (H8). Por fim, no caso dos adeptos casados verifica-se também uma correlação entre a distância e acessibilidades com o fator económico.

4.4.4. Número de Filhos

Conforme o atrás referido, a tabela com os resultados obtidos da análise efetuada recorrendo ao Software SMARTPLS encontra-se no Anexo VI

Na tabela seguinte (Tabela 15) encontra-se apresentado o resumo das hipóteses validadas por cada um dos subgrupos definidos quanto ao número de filhos.

Observa-se que para os adeptos com 2 ou mais filhos, apenas foi possível validar as hipóteses 24 (o interesse no clube afeta positivamente a decisão de ficar em casa) e 12 (a confiança no dirigismo afeta positivamente o fator económico).

Os adeptos com menos de 2 filhos validaram as hipóteses 2 (a atmosfera e o entretenimento percecionado durante um jogo de futebol afeta positivamente o interesse dos adeptos no clube), 7 (o marketing afeta positivamente a atmosfera e entretenimento criado durante um jogo de futebol), 12 (a confiança no dirigismo afeta positivamente o fator económico), 15 (as transmissões televisivas afetam positivamente a decisão de ficar em casa), 17 (a violência e Segurança nos estádios afetam positivamente a decisão de ficar em casa.) e 22 (o interesse no clube afeta positivamente a decisão de ficar em casa). Os adeptos sem filhos, para além das hipóteses referidas, validaram ainda as hipóteses 6 (a performance desportiva do clube afeta positivamente o interesse no clube), 8 (assistir a jogos de futebol em família aumenta as preocupações com as questões de violência e segurança, existindo uma correlação positiva entre estas duas variáveis), 9 (os horário dos jogos é inadequado para os adeptos que dão importância à

interação familiar, existindo uma correlação positiva entre estas duas variáveis), 11 (a distância e acessibilidades afeta positivamente o fator económico), 13 (a qualidade das infraestruturas afeta positivamente a decisão de ficar em casa) e 16 (a atmosfera/entretenimento afeta positivamente a decisão de ficar em casa).

Com esta análise, verifica-se que à medida que a família direta vai crescendo, as preocupações vão-se concentrando, sendo mais reduzido o número de fatores que interferem a decisão de ida ou não aos estádios.

Tabela 15: Quadro resumo da validade estatística das hipóteses em estudo para os sub-grupos divididos quanto ao número de filhos

| | Hipótese | Sem Filhos | Um Filho | 2 ou mais filhos |
|----|---|------------|----------|------------------|
| 1 | O fraco Marketing de um clube é responsável pelo baixo interesse dos adeptos no clube, existindo então uma correlação positiva entre estas duas variáveis. | ✗ | ✗ | ✗ |
| 2 | A atmosfera e o entretenimento percebido durante um jogo de futebol afeta positivamente o interesse dos adeptos no clube. | ✓ | ✓ | ✗ |
| 3 | A confiança no Dirigismo afeta positivamente o interesse dos adeptos no clube. | ✗ | ✗ | ✗ |
| 4 | O fator económico envolvido na ida aos jogos de futebol é responsável pelo baixo interesse dos adeptos no clube, havendo uma correlação positiva entre estas duas variáveis | ✗ | ✗ | ✗ |
| 5 | A fraca qualidade do futebol é responsável pelo baixo interesse dos adeptos no clube, existindo uma correlação positiva entre estas duas variáveis. | ✗ | ✗ | ✗ |
| 6 | A performance desportiva do clube afeta positivamente o interesse no clube | ✓ | ✗ | ✗ |
| 7 | O marketing afeta positivamente a atmosfera e entretenimento criado durante um jogo de futebol. | ✓ | ✓ | ✗ |
| 8 | Assistir a jogos de futebol em família aumenta as preocupações com as questões de violência e segurança, existindo uma correlação positiva entre estas duas variáveis. | ✓ | ✗ | ✗ |
| 9 | O horário dos jogos é inadequado para os adeptos que dão importância à interação familiar, existindo uma correlação positiva entre estas duas variáveis. | ✓ | ✗ | ✗ |
| 10 | O horário dos jogos afeta positivamente a decisão de ficar em casa. | ✗ | ✗ | ✗ |
| 11 | A distância e acessibilidades afeta positivamente o fator económico. | ✓ | ✗ | ✗ |
| 12 | A confiança no dirigismo afeta positivamente o fator económico. | ✓ | ✓ | ✓ |
| 13 | A qualidade das infraestruturas afeta positivamente a decisão de ficar em casa | ✓ | ✗ | ✗ |
| 14 | As transmissões televisivas afetam positivamente a decisão de ficar em casa | ✓ | ✓ | ✗ |
| 15 | A competitividade afeta positivamente a decisão de ficar em casa. | ✗ | ✗ | ✗ |
| 16 | A atmosfera/entretenimento afeta positivamente a decisão de ficar em casa. | ✓ | ✗ | ✗ |
| 17 | A violência e Segurança nos estádios afetam positivamente a decisão de ficar em casa. | ✓ | ✓ | ✗ |
| 18 | A família afeta positivamente a decisão de ficar em casa. | ✗ | ✗ | ✗ |
| 19 | A interação social afeta positivamente a decisão de ficar em casa. | ✗ | ✗ | ✗ |
| 20 | A distância e acessibilidades afeta positivamente a decisão de ficar em casa. | ✗ | ✗ | ✗ |
| 21 | O fator económico afeta positivamente a decisão de ficar em casa. | ✗ | ✗ | ✗ |
| 22 | A qualidade do futebol afeta positivamente a decisão de ficar em casa. | ✗ | ✗ | ✗ |
| 23 | A performance desportiva afeta positivamente a decisão de ficar em casa | ✗ | ✗ | ✗ |
| 24 | O interesse no clube afeta positivamente a decisão de ficar em casa | ✓ | ✓ | ✓ |

Pela análise feita com o cálculo do t-value entre cada dois subgrupos, cuja tabela se encontra em anexo, conforme explicado no ponto 4.4 observou-se ainda uma

diferenciação estatística entre os adeptos sem filhos e os adeptos com um filho na hipótese 7. Ambos os grupos validaram a influência do marketing na atmosfera e nível de entretenimento nos estádios, contudo esta relação é mais importante para os adeptos com um filho. Verificou-se ainda uma diferenciação estatística entre os adeptos sem filhos e os adeptos com dois ou mais filhos na hipótese 24, concluindo-se que o interesse no clube para a decisão de ficar em casa é mais relevante no caso dos adeptos com dois ou mais filhos.

4.4.5. Estado Profissional

Conforme o atrás referido, a tabela com os resultados obtidos da análise efetuada recorrendo ao Software SMARTPLS encontra-se no Anexo VI

Na Tabela 16 apresenta-se o resumo das hipóteses validadas por cada um dos sub-grupos definidos com base no estado profissional dos adeptos. Com base nesta classificação foram criados três subgrupos, estudantes, empregados e desempregados/reformados.

Tabela 16: Quadro resumo da validade estatística das hipóteses em estudo para os sub-grupos divididos quanto ao estado profissional

| | Hipótese | Estudante | Empregado | Desempregado / Reformado |
|----|---|-----------|-----------|--------------------------|
| 1 | O fraco Marketing de um clube é responsável pelo baixo interesse dos adeptos no clube, existindo então uma correlação positiva entre estas duas variáveis. | ✗ | ✗ | ✗ |
| 2 | A atmosfera e o entretenimento percecionado durante um jogo de futebol afeta positivamente o interesse dos adeptos no clube. | ✗ | ✓ | ✗ |
| 3 | A confiança no Dirigismo afeta positivamente o interesse dos adeptos no clube. | ✗ | ✗ | ✗ |
| 4 | O fator económico envolvido na ida aos jogos de futebol é responsável pelo baixo interesse dos adeptos no clube, havendo uma correlação positiva entre estas duas variáveis | ✗ | ✗ | ✗ |
| 5 | A fraca qualidade do futebol é responsável pelo baixo interesse dos adeptos no clube, existindo uma correlação positiva entre estas duas variáveis. | ✗ | ✗ | ✗ |
| 6 | A performance desportiva do clube afeta positivamente o interesse no clube | ✓ | ✓ | ✓ |
| 7 | O marketing afeta positivamente a atmosfera e entretenimento criado durante um jogo de futebol. | ✗ | ✓ | ✓ |
| 8 | Assistir a jogos de futebol em família aumenta as preocupações com as questões de violência e segurança, existindo uma correlação positiva entre estas duas variáveis. | ✓ | ✓ | ✗ |
| 9 | O horário dos jogos é inadequado para os adeptos que dão importância à interação familiar, existindo uma correlação positiva entre estas duas variáveis. | ✓ | ✗ | ✗ |
| 10 | O horário dos jogos afeta positivamente a decisão de ficar em casa. | ✗ | ✗ | ✓ |
| 11 | A distância e acessibilidades afeta positivamente o fator económico. | ✓ | ✓ | ✓ |
| 12 | A confiança no dirigismo afeta positivamente o fator económico. | ✓ | ✓ | ✓ |
| 13 | A qualidade das infraestruturas afeta positivamente a decisão de ficar em casa | ✓ | ✓ | ✗ |
| 14 | As transmissões televisivas afetam positivamente a decisão de ficar em casa | ✓ | ✓ | ✓ |

| | Hipótese | Estudante | Empregado | Desempregado / Reformado |
|----|---|-----------|-----------|--------------------------|
| 15 | A competitividade afeta positivamente a decisão de ficar em casa. | ✗ | ✗ | ✗ |
| 16 | A atmosfera/entretenimento afeta positivamente a decisão de ficar em casa. | ✓ | ✗ | ✗ |
| 17 | A violência e Segurança nos estádios afetam positivamente a decisão de ficar em casa. | ✓ | ✗ | ✓ |
| 18 | A família afeta positivamente a decisão de ficar em casa. | ✗ | ✗ | ✗ |
| 19 | A interação social afeta positivamente a decisão de ficar em casa. | ✗ | ✗ | ✗ |
| 20 | A distância e acessibilidades afeta positivamente a decisão de ficar em casa. | ✗ | ✗ | ✗ |
| 21 | O fator económico afeta positivamente a decisão de ficar em casa. | ✗ | ✗ | ✗ |
| 22 | A qualidade do futebol afeta positivamente a decisão de ficar em casa. | ✗ | ✗ | ✗ |
| 23 | A performance desportiva afeta positivamente a decisão de ficar em casa | ✗ | ✗ | ✗ |
| 24 | O interesse no clube afeta positivamente a decisão de ficar em casa | ✓ | ✓ | ✓ |

Analisando a tabela acima, verificamos que o interesse no clube afeta a decisão de ficar em casa (H24) para os três grupos, assim como as transmissões televisivas (H12). Contrariamente ao que seria esperado, visto serem os adeptos com maior disponibilidade de tempo, a hipótese 10, que valida o impacto do horário dos jogos na decisão de ficar em casa é validada apenas pelos adeptos desempregados e reformados. Em perspetiva contrária, a hipótese 13 (a qualidade das infraestruturas afeta positivamente a decisão de ficar em casa), é apenas rejeitada pelos desempregados e reformados. Verifica-se ainda que os estudantes dão relevância à atmosfera e entretenimento (H16), assim como à violência e segurança (H17), sendo que esta última também é real para os desempregados e reformados.

Analisando as hipóteses que abordam o interesse no clube, verificamos que a performance desportiva (H6) é apontada pelos 3 subgrupos, sendo até a única validada para os estudantes e os desempregados e reformados. No caso dos empregados, é validada também a hipótese 2 (atmosfera e o entretenimento percecionado durante um jogo de futebol afeta positivamente o interesse dos adeptos no clube), o que é interessante uma vez que conforme verificado na hipótese 16, não foi observada a influência desta variável na decisão de ficar em casa, contudo é importante para o interesse destes adeptos nos respetivos clubes.

Verificando as restantes hipóteses, observamos que, para todos os subgrupos, foram validadas as relações entre a distância e acessibilidades (H11), assim como a confiança no dirigismo (H12) com o fator económico. A hipótese 7 (o marketing afeta positivamente a atmosfera e entretenimento criado durante um jogo de futebol) foi

apenas validada pelos empregados e os desempregados e reformados, a hipótese 8 (assistir a jogos de futebol em família aumenta as preocupações com as questões de violência e segurança, existindo uma correlação positiva entre estas duas variáveis) apenas foi validada pelos estudantes e empregados e a hipótese 9 (os horário dos jogos é inadequado para os adeptos que dão importância à interação familiar, existindo uma correlação positiva entre estas duas variáveis) somente pelos estudantes.

Como conclusão da análise realizada através do cálculo do t-value entre cada dois subgrupos, conforme explicado no ponto 4.4 observou-se ainda uma diferenciação estatística entre os estudantes e os empregados na hipótese 14. Verificou-se que as transmissões televisivas têm um maior impacto na decisão, de ficar em casa, tomada pelos empregados do que pelos estudantes.

4.4.6. Habilitações Literárias

Conforme o atrás referido, a tabela com os resultados obtidos da análise efetuada recorrendo ao Software SMARTPLS encontra-se no Anexo VI

Na tabela seguinte (Tabela 17) apresenta-se o resumo das hipóteses validadas pelos dois subgrupos definidos com base no estado profissional dos adeptos. Como é observável não se verifica grandes diferenças entre os dois grupos, adeptos com e sem ensino superior.

Tabela 17: Quadro resumo da validade estatística das hipóteses em estudo para os sub-grupos divididos quanto às habilitações literárias

| | Hipótese | S/ Ensino Superior | C/ Ensino Superior |
|---|---|--------------------|--------------------|
| 1 | O fraco Marketing de um clube é responsável pelo baixo interesse dos adeptos no clube, existindo então uma correlação positiva entre estas duas variáveis. | ✗ | ✗ |
| 2 | A atmosfera e o entretenimento percecionado durante um jogo de futebol afeta positivamente o interesse dos adeptos no clube. | ✓ | ✓ |
| 3 | A confiança no Dirigismo afeta positivamente o interesse dos adeptos no clube. | ✗ | ✗ |
| 4 | O fator económico envolvido na ida aos jogos de futebol é responsável pelo baixo interesse dos adeptos no clube, havendo uma correlação positiva entre estas duas variáveis | ✗ | ✗ |
| 5 | A fraca qualidade do futebol é responsável pelo baixo interesse dos adeptos no clube, existindo uma correlação positiva entre estas duas variáveis. | ✗ | ✗ |
| 6 | A performance desportiva do clube afeta positivamente o interesse no clube | ✓ | ✓ |
| 7 | O marketing afeta positivamente a atmosfera e entretenimento criado durante um jogo de futebol. | ✓ | ✓ |
| 8 | Assistir a jogos de futebol em família aumenta as preocupações com as questões de violência e segurança, existindo uma correlação positiva entre estas duas variáveis. | ✓ | ✗ |
| 9 | O horário dos jogos é inadequado para os adeptos que dão importância à interação familiar, existindo | ✓ | ✗ |

| | Hipótese | S/ Ensino Superior | C/ Ensino Superior |
|----|---|--------------------|--------------------|
| | uma correlação positiva entre estas duas variáveis. | | |
| 10 | O horário dos jogos afeta positivamente a decisão de ficar em casa. | ✗ | ✗ |
| 11 | A distância e acessibilidades afeta positivamente o fator económico. | ✓ | ✓ |
| 12 | A confiança no dirigismo afeta positivamente o fator económico. | ✓ | ✓ |
| 13 | A qualidade das infraestruturas afeta positivamente a decisão de ficar em casa | ✓ | ✓ |
| 14 | As transmissões televisivas afetam positivamente a decisão de ficar em casa | ✓ | ✓ |
| 15 | A competitividade afeta positivamente a decisão de ficar em casa. | ✗ | ✓ |
| 16 | A atmosfera/entretenimento afeta positivamente a decisão de ficar em casa. | ✓ | ✗ |
| 17 | A violência e Segurança nos estádios afetam positivamente a decisão de ficar em casa. | ✗ | ✗ |
| 18 | A família afeta positivamente a decisão de ficar em casa. | ✗ | ✗ |
| 19 | A interação social afeta positivamente a decisão de ficar em casa. | ✗ | ✗ |
| 20 | A distância e acessibilidades afeta positivamente a decisão de ficar em casa. | ✗ | ✗ |
| 21 | O fator económico afeta positivamente a decisão de ficar em casa. | ✗ | ✗ |
| 22 | A qualidade do futebol afeta positivamente a decisão de ficar em casa. | ✗ | ✗ |
| 23 | A performance desportiva afeta positivamente a decisão de ficar em casa | ✗ | ✗ |
| 24 | O interesse no clube afeta positivamente a decisão de ficar em casa | ✓ | ✓ |

Quanto à decisão de ficar em casa, em ambos os subgrupos são validadas as influências do interesse no clube (H24), das transmissões televisivas (H14), e da qualidade das infraestruturas (H13). Os adeptos sem ensino superior revelam também a importância da atmosfera e o nível de entretenimento (H16) e os adeptos com ensino superior realçam a importância da competitividade (H15). Isto revela-nos que uns procuram o lazer e outros realçam mais o aspeto desportivo.

Analisando as variáveis que influenciam o interesse no clube, para ambos os casos foram validadas as influências da atmosfera e entretenimento (H2), assim como da performance desportiva (H6).

Ambos os subgrupos validaram ainda as hipóteses 7 (o marketing afeta positivamente a atmosfera e entretenimento criado durante um jogo de futebol), 11 (a distância e acessibilidades afeta positivamente o fator económico) e 12 (a confiança no dirigismo afeta positivamente o fator económico).

Os adeptos sem ensino superior validam ainda as hipóteses 8 (assistir a jogos de futebol em família aumenta as preocupações com as questões de violência e segurança, existindo uma correlação positiva entre estas duas variáveis) e 9 (o horário dos jogos é inadequado para os adeptos que dão importância à interação familiar, existindo uma correlação positiva entre estas duas variáveis).

4.4.7. Clube

Conforme o atrás referido, a tabela com os resultados obtidos da análise efetuada recorrendo ao Software SMARTPLS encontra-se no Anexo VI

Na Tabela 18 encontra-se apresentado o resumo das hipóteses validadas pelos dois subgrupos definidos com base no seu clube.

Tabela 18: Quadro resumo da validade estatística das hipóteses em estudo para os sub-grupos divididos quanto ao clube

| | Hipótese | Benfica | Sporting | Porto | Outros Clubes |
|----|---|---------|----------|-------|---------------|
| 1 | O fraco Marketing de um clube é responsável pelo baixo interesse dos adeptos no clube, existindo então uma correlação positiva entre estas duas variáveis. | ✗ | ✓ | ✓ | ✗ |
| 2 | A atmosfera e o entretenimento percecionado durante um jogo de futebol afeta positivamente o interesse dos adeptos no clube. | ✗ | ✗ | ✗ | ✗ |
| 3 | A confiança no Dirigismo afeta positivamente o interesse dos adeptos no clube. | ✗ | ✗ | ✗ | ✗ |
| 4 | O fator económico envolvido na ida aos jogos de futebol é responsável pelo baixo interesse dos adeptos no clube, havendo uma correlação positiva entre estas duas variáveis | ✗ | ✗ | ✗ | ✗ |
| 5 | A fraca qualidade do futebol é responsável pelo baixo interesse dos adeptos no clube, existindo uma correlação positiva entre estas duas variáveis. | ✗ | ✗ | ✗ | ✗ |
| 6 | A performance desportiva do clube afeta positivamente o interesse no clube | ✓ | ✗ | ✗ | ✗ |
| 7 | O marketing afeta positivamente a atmosfera e entretenimento criado durante um jogo de futebol. | ✗ | ✓ | ✓ | ✗ |
| 8 | Assistir a jogos de futebol em família aumenta as preocupações com as questões de violência e segurança, existindo uma correlação positiva entre estas duas variáveis. | ✗ | ✗ | ✓ | ✓ |
| 9 | O horário dos jogos é inadequado para os adeptos que dão importância à interação familiar, existindo uma correlação positiva entre estas duas variáveis. | ✓ | ✓ | ✗ | ✗ |
| 10 | O horário dos jogos afeta positivamente a decisão de ficar em casa. | ✗ | ✗ | ✗ | ✓ |
| 11 | A distância e acessibilidades afeta positivamente o fator económico. | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ |
| 12 | A confiança no dirigismo afeta positivamente o fator económico. | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ |
| 13 | A qualidade das infraestruturas afeta positivamente a decisão de ficar em casa | ✓ | ✗ | ✗ | ✗ |
| 14 | As transmissões televisivas afetam positivamente a decisão de ficar em casa | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ |
| 15 | A competitividade afeta positivamente a decisão de ficar em casa. | ✓ | ✗ | ✗ | ✗ |
| 16 | A atmosfera/entretenimento afeta positivamente a decisão de ficar em casa. | ✗ | ✗ | ✓ | ✗ |
| 17 | A violência e Segurança nos estádios afetam positivamente a decisão de ficar em casa. | ✗ | ✓ | ✗ | ✓ |
| 18 | A família afeta positivamente a decisão de ficar em casa. | ✗ | ✗ | ✗ | ✗ |
| 19 | A interação social afeta positivamente a decisão de ficar em casa. | ✗ | ✗ | ✗ | ✗ |
| 20 | A distância e acessibilidades afeta positivamente a decisão de ficar em casa. | ✗ | ✗ | ✗ | ✗ |
| 21 | O fator económico afeta positivamente a decisão de ficar em casa. | ✗ | ✗ | ✗ | ✗ |
| 22 | A qualidade do futebol afeta positivamente a decisão de ficar em casa. | ✗ | ✗ | ✗ | ✗ |
| 23 | A performance desportiva afeta positivamente a decisão de ficar em casa | ✗ | ✗ | ✗ | ✗ |
| 24 | O interesse no clube afeta positivamente a decisão de ficar em casa | ✓ | ✗ | ✓ | ✓ |

Observa-se que os adeptos do Sporting são os únicos que não revelam a interferência do interesse no clube na decisão de ficar em casa (H24). Já o impacto das transmissões televisivas é validado pelos quatro tipos de adeptos (H14). O peso do horário dos jogos

(H10) é apenas validado pelos adeptos dos outros clubes que não os ditos três grandes, a influência da competitividade (H15) é validada apenas por benfiquistas e a atmosfera e entretenimento (H16) somente pelos portistas. O peso da violência e segurança nos estádios na decisão de ficar em casa (H17) é validada pelos sportinguistas e os adeptos de outros clubes que não os três grandes.

Relativamente às variáveis que têm influência no interesse no clube, os benfiquistas foram os únicos que validaram o peso da performance desportiva (H6) e sportinguistas e portistas realçaram o impacto do marketing (H1). As restantes hipóteses relacionadas com o interesse no clube foram rejeitadas por todos os subgrupos.

Em relação às restantes hipóteses em estudo, a 11 (a distância e acessibilidades afeta positivamente o fator económico) e 12 (a confiança no dirigismo afeta positivamente o fator económico) foram validadas pelos quatro subgrupos. A hipótese 7 revela-nos mais uma vez a importância que os adeptos sportinguistas e portistas dão ao marketing, neste caso a influência deste na atmosfera e entretenimento. Os benfiquistas e sportinguistas validam ainda a hipótese 8 (assistir a jogos de futebol em família aumenta as preocupações com as questões de violência e segurança, existindo uma correlação positiva entre estas duas variáveis.) e os portistas e adeptos de outros clubes a hipótese 9 (o horário dos jogos é inadequado para os adeptos que dão importância à interação familiar, existindo uma correlação positiva entre estas duas variáveis).

Na análise feita com o cálculo do t-value entre cada dois subgrupos, conforme explicado no ponto 4.4 verificou-se ainda uma diferenciação estatística na hipótese 12 entre os benfiquistas e sportinguistas, assim como entre os benfiquistas e adeptos dos outros clubes que não os três grandes, uma vez que os benfiquistas dão mais importância ao impacto da confiança no dirigismo no fator económico do que os sportinguistas e os adeptos dos outros clubes. Entre os benfiquistas e os adeptos dos outros clubes que não os três grandes verificou-se ainda diferença estatística na hipótese 24, observando-se neste caso que impacto do interesse no clube para a decisão de ficar em casa é mais relevante nos adeptos dos outros clubes do que nos benfiquistas.

4.5. Conclusão

Neste capítulo foram apresentados e analisados os resultados obtidos pelo questionário, assim como realizada uma análise descritiva da amostra estudada.

O descrito de seguida teve como base de sustentação os resultados obtidos a partir das respostas ao questionário divulgado, o qual foi respondido por 567 pessoas (amostra).

De forma a simplificar a leitura dos resultados e principais conclusões obtidas a partir da análise das respostas ao inquérito, é apresentada na **Erro! A origem da referência não foi encontrada..** Nesta tabela encontram-se representadas as 24 hipóteses formuladas a partir da revisão da literatura e das entrevistas exploratórias e a representação (3ª coluna), das que foram validadas pela análise da amostra global, encontrando-se as mesmas com um visto, e na coluna da direita o número de subgrupos (dentro do total de 20 criados) que não rejeitou cada uma das hipóteses. De referir, ainda, que na coluna da direita encontram-se representadas a vermelho as hipóteses rejeitadas, a amarelo as plausíveis e a verde as aceites.

Tabela 19: Quadro resumo de análise à questão em estudo

| Hipótese | | | |
|----------|---|---|------|
| 1 | O fraco Marketing de um clube é responsável pelo baixo interesse dos adeptos no clube, existindo então uma correlação positiva entre estas duas variáveis. | ✗ | 3 😞 |
| 2 | A atmosfera e o entretenimento percecionado durante um jogo de futebol afeta positivamente o interesse dos adeptos no clube. | ✓ | 10 😊 |
| 3 | A confiança no Dirigismo afeta positivamente o interesse dos adeptos no clube. | ✗ | 1 😞 |
| 4 | O fator económico envolvido na ida aos jogos de futebol é responsável pelo baixo interesse dos adeptos no clube, havendo uma correlação positiva entre estas duas variáveis | ✗ | 0 😞 |
| 5 | A fraca qualidade do futebol é responsável pelo baixo interesse dos adeptos no clube, existindo uma correlação positiva entre estas duas variáveis. | ✗ | 0 😞 |
| 6 | A performance desportiva do clube afeta positivamente o interesse no clube | ✓ | 15 😊 |
| 7 | O marketing afeta positivamente a atmosfera e entretenimento criado durante um jogo de futebol. | ✓ | 14 😊 |
| 8 | Assistir a jogos de futebol em família aumenta as preocupações com as questões de violência e segurança, existindo uma correlação positiva entre estas duas variáveis. | ✓ | 10 😊 |
| 9 | O horário dos jogos é inadequado para os adeptos que dão importância à interação familiar, existindo uma correlação positiva entre estas duas variáveis. | ✗ | 10 😊 |
| 10 | O horário dos jogos afeta positivamente a decisão de ficar em casa. | ✗ | 2 😞 |
| 11 | A distância e acessibilidades afeta positivamente o fator económico. | ✓ | 15 😊 |
| 12 | A confiança no dirigismo afeta positivamente o fator económico. | ✓ | 19 😊 |
| 13 | A qualidade das infraestruturas afeta positivamente a decisão de ficar em casa | ✓ | 10 😊 |
| 14 | As transmissões televisivas afetam positivamente a decisão de ficar em casa | ✓ | 19 😊 |
| 15 | A competitividade afeta positivamente a decisão de ficar em casa. | ✗ | 2 😞 |
| 16 | A atmosfera/entretenimento afeta positivamente a decisão de ficar em casa. | ✓ | 7 😊 |
| 17 | A violência e Segurança nos estádios afetam positivamente a decisão de ficar em casa. | ✗ | 8 😊 |

| Hipótese | | | |
|----------|---|---|------|
| 18 | A família afeta positivamente a decisão de ficar em casa. | ✗ | 1 😞 |
| 19 | A interação social afeta positivamente a decisão de ficar em casa. | ✗ | 0 😞 |
| 20 | A distância e acessibilidades afeta positivamente a decisão de ficar em casa. | ✗ | 0 😞 |
| 21 | O fator económico afeta positivamente a decisão de ficar em casa. | ✗ | 0 😞 |
| 22 | A qualidade do futebol afeta positivamente a decisão de ficar em casa. | ✗ | 0 😞 |
| 23 | A performance desportiva afeta positivamente a decisão de ficar em casa. | ✗ | 0 😞 |
| 24 | O interesse no clube afeta positivamente a decisão de ficar em casa. | ✓ | 18 😊 |

Neste estudo as hipóteses formuladas dividem-se em três grupos, as que avaliam os fatores que afetam o interesse no clube, correlações existentes entre variáveis e as variáveis que afetam diretamente a decisão dos adeptos de ficarem em casa.

Concluiu-se que o interesse no clube é afetado positivamente pela atmosfera e entretenimento (H2) e pela performance desportiva (H6), tendo sido estas duas hipóteses validadas pela análise da amostra global. No caso da relação existente entre a performance desportiva e o interesse no clube, esta foi também aprovada por 15 dos 20 subgrupos criados, sendo validada pela análise dos subgrupos efetuada. Já a H2, foi considerada durante a análise dos subgrupos plausível, uma vez que foi aprovada por metade dos subgrupos criados (10).

Verificou-se ainda que o marketing afeta positivamente a atmosfera e entretenimento, tendo esta correlação sido validada pela análise da amostra global e aceite por 14 dos 20 subgrupos criados. Considera-se também plausível que assistir a jogos de futebol em família afete positivamente as preocupações com questões de violência, tendo sido esta hipótese, apesar de validada após análise da amostra global, aprovada pela metade dos subgrupos. O fator económico é influenciado positivamente pela distância e acessibilidades ao estádio e pela confiança no dirigismo do clube, estas correlações, H11 e H12, foram validadas pela amostra global e aprovadas por 15 e 19 dos subgrupos, prospectivamente.

Por fim avaliamos as variáveis que afetam diretamente a decisão dos adeptos de ficarem em casa, o que constitui o objeto do presente estudo. Pela análise dos resultados obtidos, conclui-se que a decisão de ficar em casa é afetada positivamente pela qualidade das infraestruturas (H13), pelas transmissões televisivas (H14), pela atmosfera e

entretenimento (H16) e pelo interesse no clube (H24). Todas estas hipóteses foram validadas após análise da amostra global, no entanto, apenas foram aprovadas por mais de metade dos subgrupos as correlações com as transmissões televisivas e com o interesse no clube. As relações entre a decisão de ficar em casa e a qualidade das infraestruturas e entre a decisão de ficar em casa e a atmosfera e entretenimento, são consideradas plausíveis, sendo aprovadas por 10 e 7 dos subgrupos, respetivamente.

Assim sendo e como conclusões finais do presente estudo, verifica-se que a decisão dos adeptos ficarem em casa é essencialmente influenciada pelas transmissões televisivas dos jogos e pelo interesse dos adeptos no clube. Por outro lado concluiu-se que o interesse no clube é também afetado pela performance desportiva do clube e possivelmente pela atmosfera e entretenimento.

5. Conclusão

O objetivo do presente estudo foi apresentar os principais fatores que contribuem para a decisão dos adeptos ficarem em casa e não se deslocarem aos estádios de futebol. Desta forma, pretende-se acrescentar conhecimento que sirva de suporte aos responsáveis de marketing dos clubes, proporcionando uma melhor percepção do que tem constrangido os adeptos a deslocarem-se aos estádios e, assim, atuarem em conformidade para inverter a situação.

Concluiu-se que as transmissões televisivas são as grandes responsáveis pela não ida aos estádios, verificando-se que o conforto de assistir aos jogos sentado, com as repetições dos lances mais polémicos e com o foco no jogador que tem a bola é considerada uma muito boa opção, o sofá é um forte concorrente dos estádios. Contudo, atualmente será complicado aos gestores dos clubes abdicarem das receitas das transmissões televisivas, para que os seus jogos não sejam televisionados e com isso atrair mais adeptos aos estádios, porém melhorar as infraestruturas de modo a melhorar o conforto dos estádios poderá ser uma aposta ganha, visto que os adeptos demonstraram também que a qualidade das infraestruturas é valorizada na decisão de ida ao estádio.

O nível de interesse no clube foi outra das variáveis validadas como um dos fatores que influencia diretamente a decisão de ficar em casa. Conforme defendido pelo entrevistado Daniel Sá, este parece-nos o ponto-chave a trabalhar pelos departamentos de marketing dos clubes. Sutton, em 1997, demonstrou que os adeptos desportivos se podem categorizar pelo nível de interesse e identificação para com os seus clubes e quanto mais alto for o nível de identificação menor é a sensibilidade que dão às restantes variáveis. No presente estudo, observou-se que o desempenho desportivo influencia o interesse dos adeptos nos clubes, demonstrando a presença dos fenómenos BIRG - *Basking in reflected Glory* (Cialdini, R., 1976) e CORF - *Cutting of reflected failure* (Kimble e Cooper, 1992) nos adeptos portugueses. Verificou-se também que o interesse na equipa é afetado pela atmosfera dos estádios e pelo nível de entretenimento percebido pelos adeptos, os quais são, por sua vez influenciados pelo nível de

marketing dos clubes. Os clubes deverão ainda trabalhar melhor a atmosfera e o entretenimento existente nos estádios, de forma a tornar a ida aos estádios numa experiência lúdica de interesse, que não se centre apenas na visualização do jogo de futebol em si, mas que se torne num momento de lazer atrativo.

É importante também referir que o fator económico foi a variável mais referida nas entrevistas exploratórias, porém não teve a significância esperada na pesquisa quantitativa, o que nos parece demonstrar que quando o interesse nos clubes é elevado, o preço acaba por não ser importante, sendo o constrangimento económico ultrapassado pela paixão!

Assim, recomenda-se que os clubes realizem processos de segmentação de mercado, alinhando o nível de identificação dos adeptos com as motivações que elevam esse interesse. Esta metodologia, permitirá incrementar o nível de interesse dos adeptos para com os clubes e com isso mais facilmente atraí-los para os seus estádios.

Por outro lado, a comunicação e transparência para com os adeptos deve também ser alvo de atenção, visto que alguns adeptos demonstraram ter falta de confiança no dirigismo. No futebol, tal como nas restantes atividades económicas, é essencial transmitir confiança aos clientes, neste caso os adeptos de futebol, porque estes procuram investir em atividades/clubes em que confiam.

O presente trabalho apresenta também algumas limitações que devem ser mencionadas.

Assim, desde logo, uma das limitações prende-se com a amostra do questionário, uma vez que este foi direcionado para utilizadores de internet, dado que foi disseminado por esta via. Desta forma, limitou-se a participação de adeptos que não utilizam a internet. Além do mais, não existiu a possibilidade dos inquiridos esclarecerem as dúvidas que possam ter surgido na resposta ao questionário.

Outra limitação que importa destacar é que este estudo analisou apenas adeptos de futebol portugueses, assim sendo, não é representativo de outros desportos nem de outros campeonatos. Este ponto é especialmente importante, pois a forma como os portugueses vivem o futebol parece ser muito diferente da forma como se relacionam com os outros desportos, por um lado e, por outro, o futebol é o desporto mais

transmitido pelas televisões portuguesas. Logo as razões para não se assistir a outros desportos no local terão necessariamente que ser outras. Seria interessante estudar, por exemplo, o caso do hóquei em patins que é também um desporto com grande tradição em Portugal, mas que não é tantas vezes transmitido pela televisão e a sua visualização via televisão também não tem o mesmo efeito, dada a dimensão da bola conjugada com a rapidez de movimentos.

A análise de confiabilidade e consistência estatística do modelo, descrita no ponto 4.2 do presente estudo, apresenta em alguns pontos níveis insatisfatórios, o que pode limitar as conclusões retiradas a partir dessas variáveis reflexivas.

Por fim, devemos referir que no presente estudo não foi estudado o efeito moderador que a situação económica dos adeptos pode ter, uma vez que não foi inquirida nenhuma questão neste sentido, contudo julgamos que a mesma poderá ter um peso importante nos motivos que afastam os adeptos dos estádios. Este é, pois, um ponto a desenvolver em investigações futuras.

Este estudo tem a particularidade de não centrar a sua análise nos motivos de atração dos adeptos, mas sim nos fatores de constrangimento da ida aos estádios. Isto é muito importante pois só o profundo conhecimento dos motivos do não público o poderão tornar em público, só o profundo conhecimento da concorrência permite às organizações serem competitivas.

Bibliografia

- Allan, S. (2004). Satellite Television and football attendance: The not so super effect. *Applied Economics Letters*, 11, 123-125.
- Baimbridge, M., Cameron, S., Dawson, P. . (1996). Satellite television and the demand for football: a whole new ball game?., *Journal of Political Economy*, 43(317-322).
- Bauer, H., Sauer, N., Exler, S. . (2005). The Loyalty of German soccer fans: does a team's brand image matter. *International Journal of Sport marketing & Sponsorship*, 7(1), 14-22.
- Bond, C. F. (1982). Social Identification: A selfpresentational view. *Journal of Personality and Social Psychology*, 42(6), 1042-1050.
- Buraimo, B., Paramio, J. e Campos, C. . (2010). The impact of televised football on stadium attendances in English and Spanish league football. *Soccer and Society*, 11(4), 461-474.
- Carvalho, M. (2008). *The prediction of behavioral loyalty from team identification and place attachment among portuguese sport fans*. (Master of Sport Management), Universidade do Porto.
- Carvalho, M., Sheerder, J. Boen, F. e Sarmento J. P. . (2013). What Brings people into the soccer stadium? (Part 1) The case of Belgium from a marketing perspective. *Sport Policy & Management*, 18.
- Cialdini, R. B., et al. . (1976). Basking in reflected glory: Three (football) field studies. *Journal of Personality and Social Psychology*, 34, 366-375.
- Creswell, J. W., (2009), *Research design: Qualitative, quantitative, and mixed methods approaches*, Sage.
- Dietz, B., Harrick, E., End, C., Jacquemotte, L. . (2000). Sex differences in Sport Fan Behavior and reasons for being a Sport Fan. *Journal of Sport Behavior*, 23(3), 219-231.
- Dziuban, C. D., & Shirkey, E. C. (1974). When is a correlation matrix appropriate for factor analysis? *Psychological Bulletin*, 81, 358-361.
- Falter, J. M., Perignon, C. . (2000). Demand for football and intramatch winning probability: An essay on the glorious uncertainty of sports. *Applied Economics*, 32, 1757-1765.
- Ferrand, A., Pages, M. . (1996). Football supporter involvement: Explaining football match loyalty. *European Journal for sport Management*, 3(1), 7-20.
- Fink, J., Trail, G., Anderson, D. . (2002). Environmental factors associated with spectator attendance and Sport consumption behavior: gender and team differences. *Sport Marketing Quarterly*, 11(1), 8-19.
- Fornell, C. e Larcker, D. (1981), "Evaluating structural equation models with unobservable variables and measurement error". *Journal of Marketing Research*, Vol. 18, pp: 39-50.
- Forrest, D., Simmons, R. . (2006). New issues in attendance demand: The case of English football league. *Journal of Sports Economics*, 7, 247-266.
- Funk, D., Filo, K., Beaton, A., Pritchard, M. . (2009). Measuring the motives of sport event attendance: Bridging the academic – Practitioner divide to understanding behavior. *Sports Marketing Quarterly*, 18(3), 126-138.
- Funk, D., Mahony, D., Nakazawa, M., Hirakawa, S. (2001). Development of the Sport Interest Inventory (SII): Implications for Measuring Unique Consumer Motives at Team Sporting Events. *International Journal of Sports Marketing & Sponsorship*, 3(3).
- Funk, D., Mahony, F., Havitz, E. . (2003). Sport Consumer Behavior: Assessment and Direction. *Sport Marketing Quarterly*, 4(12), 200-205.
- Garcia, J., Rodrigues, P. (2002). The determinants of football match attendance revisited: empirical evidence the Spanish football league. *Journal of sport economy*, 3(1), 18-38.
- Geen, R. G. (1989). Alternative conceptions of social facilitation. *Psychology of group influence*, 15-51.
- Giulianotti, R. (2002). Supporters, Followers, Fans and Flaneurs – A Taxonomy of Spectator Identities in Football. *Journal of Sport & Social Issues*, 26(1), 25-46.
- Grönroos, C., (2010), Redefining social marketing with contemporary commercial marketing definitions, *Journal of Business Research* Vol. 63, Issue 2, February 2010, Pp 147-153
- Hansen, H., Gauthier, R. . (1989). Factors affecting attendance at professional sport events. *Journal of sport management*, 3(1), 15-32.
- Hair, J., Anderson, R., Tatham, R. e Black, W. (2006), *Multivariate Data Analysis*, Prentice Hall. Upper Saddle River: Ed. Prentice Hall, 5ª Ed.

- Hill, B., Green, C. . (2000). Repeat Attendance as a function of involvement, loyalty and the sportscape across the football codes. *Sport management Review*, 2(3), 145-162.
- Hunt, K., Bristol, T., Bashaw, R. . (1999). conceptual approach to classifying sport fans. *Journal of Services Marketing*, 13(6), 439-452.
- James, J., Ridinger, L. . (2002). Female and Male Sport Fans: A Comparison of Sport Consumption Motives. *Journal of Sport Behavior*, 25(3), 260-278.
- Jones, I. (2000). A model of serious leisure identification: the case of football fandom. *Leisure Studies*, 19, 283-298.
- Kahle, L., Kambra, L., Rose, M. . (1996). A functional model of fan attendance motivation for college football. *Sport Marketing Quarterly*, 5(3), 51-60.
- Kimble, H., Cooper, B. (1992). Association and dissociation by football fans. *Association and dissociation by football fans*, 75, 303-309.
- Kuypers, T. (1996). The beautiful game? An econometric study of why people watch football. *UCL Discussion Paper in Economics*, 96-101.
- Madalozzo, R., Villar, R. (2009). Brazilian Football: What Brings Fans to the Game? *Journal of Sports Economics*, 10, 609.
- Mahony, D. F., Madrigal, R., Howard, D. R. . (2000). Using the psychological commitment to team (PCT) scale to segment sport consumer based on loyalty. *Sport Marketing Quarterly*, 9(1), 15-25.
- McDonald, M., Milne, G., JinBae H. (2002). Motivational Factors for Evaluating Sport Spectator and Participant Markets. *Sport Marketing Quarterly*, 11(2), 100.
- Neale, L., Funk, D. . (2006). Investigating motivation attitudinal loyalty and attendance behavior with fans of Australian football. *International Journal of Sport marketing & Sponsorship*, 7(4), 307-317.
- Quick, S. (2000). Contemporary sport consumers: Some implications of linking fan typology with key spectator variables. *Sport Marketing Quarterly*, 9(3), 149-156.
- Sá, D., Malveiro, P. . (2011). European football attendances report 2011. *Gabinete de estudos de marketing para desporto do IPAM*.
- Schofield, J. (1983). Performance and attendance at professional team sports. *Performance and attendance at professional team sports*, 6(4), 196-206.
- Sekaran, U. (2005), Research methods for business – a skill building approach (4th edition), New York: John Wiley and Sons, 4^a Ed.
- Simon, B., Pettigrew, T. (1990). Social identity and perceived group homogeneity: evidence for the in-group homogeneity effect. *European Journal of Social Psychology*, 20, 269-286.
- Singer, R. N., Murphey, Milledge, Tennant, L. Keith. (1993). Spectators: Reactions to Sports events and effects on athletic performance. *Handbook of Research on Sport Psychology*, 600-619.
- Sloan, L. (1989). The motives of sport fans, J Golstein (Ed). *Sports, games, and play Social psychosocial viewpoints*, 175-240.
- Smith, A., Stewart, B. . (1999). Sports Management: A guide to professional practice.
- Stebbins, R. (1992). Amateurs, Professionals and Serious Leisure. *Queen's University Press, Montreal*.
- Stewart, B., Aaron, C., Smith, T., Nicholson, M. . (2003). Sport Consumer Typologies: A critical review. *Sport Marketing*.
- Sutton, W. A., McDonald, M. A., Milne, G. R., Cimpermand, A. J. . (1997). Creating and fostering fan identification in professional sport. *Sport Marketing Quarterly*, 6(1), 15-29.
- Swanson, S., Gwinner, K., Larson, B., Janda, S. . (2003). Motivations of college student game attendance and word-of-mouth behavior. The impact of gender differences. . *Sport Marketing Quarterly*, 3(12), 151-162.
- Tavakol, M. (2011) Making sense of Cronbach's alpha. *International Journal of Medical Education*.2:53-55
- Theodorakis, N. W., D. de Carvalho, M., Sarmento, J.P. (2010). Translation and initial validation of the Portuguese version of the sport spectator identification scale. *North American Journal of psychology*, 12(1), 67-80.
- Trail, G., Fink, J., Anderson, D. (2000). A theoretical model of sport spectator consumption behavior. A theoretical model of sport spectator consumption behavior, 1, 154-180.
- Trail, J. (2001). The Motivation Scale for Sport Consumption: A Comparison of psychometric Properties with Other Sport Motivation Scales. *Journal of Sport Behavior*, 24(1), 108-127.
- Villar, J. G., Guerrero, P.R. . (2009). Sports Attendance: a survey of the literature 1973-2007. *Rivista di diritto ed economia dello sport*, 2, 111-151.

- Wakefield, K., Blodgett, J., Sloan H. . (1996). Measurement and management of the sportscape. *Journal of sport management*, 10, 15-31.
- Wann, D. (1996). Seasonal Changes in Spectators Identification and involvement with and evaluations of college basketball and football teams. *Psychological Record*, 46(1), 201-216.
- Wann, D., Branscombe, N. (1995). Preliminary validation of the sport fan Motivation Scale. *Journal of Sport and Social Issues*, 19, 377-396.
- Wann, D., Branscombe, N. . (1993). Sport fans: measuring degree of identification with their team. *International Journal o Sport Psychology*, 24, 1-17.
- Wann, D., Ensor, C. & Bilyeu, J. . (2001). Intrinsic and extrinsic motives for originally following a sport tem and team identification. *Perceptual and Motor skills*, 93(2), 451-454.
- Wann, D., Scharader, M. . (1997). Team identification and the enjoyment of watching a sporting event. *Perceptual & Motor skills*, 84, 954.
- Wann, D., Tucker, K., Scharader, M. (1996). An exploratory examination of the factors influencing the origination, continuation and cessation of identification with sports teams. *Perceptual & Motor skills*, 82(3), 995-1001.

ANEXOS

Anexo I - Guião das Entrevistas Exploratórias

- ✓ Idade?
- ✓ Habilitações Literárias?
- ✓ É adepto de Futebol?
- ✓ Qual o seu clube?
- ✓ Qual o principal motivo para se ter tornado adepto do seu clube?
- ✓ Costuma assistir aos jogos no estádio?
- ✓ Quantas vezes foi ao estádio na última época?
- ✓ Porque razão vai aos jogos?
- ✓ Em criança era habitual ir aos estádios?
- ✓ Porque razão não vai ao estádio?
- ✓ Com que frequência vê os jogos em casa?
- ✓ Estabelece a sua agenda de forma a garantir que vê o jogo, se vê em casa ou no café, ou numa associação, ou na associação do clube na terra?
- ✓ Prefere assistir aos jogos, sozinho ou acompanhado?
- ✓ Porque acha que os estádios estão vazios?
- ✓ As condições do estádio têm peso na sua decisão de ir ou não ao estádio?
- ✓ O preço dos bilhetes tem peso na sua decisão de ir ou não ao estádio?
- ✓ O dia e horário dos jogos têm peso na sua decisão de ir ou não ao estádio?
- ✓ O facto de o jogo ser transmitido na televisão tem peso na sua decisão de ir ou não ao estádio?
- ✓ O sucesso desportivo do seu clube tem peso na sua decisão de ir ou não ao estádio?
- ✓ O facto de o seu clube ganhar/empatar/perder lhe altera o humor.
- ✓ A violência nos estádios tem peso na sua decisão de ir ou não ao estádio?
- ✓ A qualidade do futebol praticado tem peso na sua decisão de ir ou não ao estádio?
- ✓ A interação social proporcionada pelo jogo no estádio tem peso na sua decisão de ir ou não ao estádio? Se tivesse companhia para ir ao estádio consigo, iria mais vezes? Se a sua companhia gostasse de futebol iria mais vezes ao estádio?
- ✓ Se o estádio fosse mais perto, iria mais vezes?
- ✓ O entretenimento proporcionado pela ida ao futebol vai ao encontro das suas expectativas? Este aspeto tem relevância no facto de não ir ao estádio?
- ✓ Se houvesse mais interação com o público, iria mais vezes ao estádio?

Anexo II – Inquérito

Parte 1

Porque fico em casa?

* Required

Porque fico em casa?

*Considera-se adepto de Futebol? **

- ☐ Sim
- ☐ Não

*Qual o seu clube? **

*Quantas vezes assistiu a jogos, nos estádios, na presente época? **

- ☐ Nenhuma
- ☐ Até 5 vezes
- ☐ Entre 6 a 15 vezes
- ☐ Mais de 15 vezes

*A quanto tempo de distância está, a sua habitação, do estádio do seu clube? **

- ☐ A menos de 10 minutos
- ☐ Entre 10 e 30 minutos
- ☐ Entre 30 a 60 minutos
- ☐ Entre 60 a 120 minutos
- ☐ A mais de 120 minutos

*Quantas vezes assistiu a jogos, pela televisão, na presente época? **

- ☐ Nenhuma
- ☐ Até 5 vezes
- ☐ Entre 6 a 15 vezes
- ☐ Mais de 15 vezes

*Quantas vezes assistiu a jogos nas casas associadas ao seu clube, na sua região, na presente época? **

Por exemplo: Casa do Benfica de Paredes

- ☐ Nenhuma
- ☐ Até 5 vezes
- ☐ Entre 6 a 15 vezes
- ☐ Mais de 15 vezes

*Quantas vezes assistiu a jogos, num café ou outro local público, na presente época? **

- ☐ Nenhuma
- ☐ Até 5 vezes
- ☐ Entre 6 a 15 vezes
- ☐ Mais de 15 vezes

[« Back](#) [Continue »](#)

28% completed

Porque fico em casa?

* Required

Porque fico em casa?

*Quão importante é para si que o seu clube ganhe? **

1 2 3 4 5 6 7

Pouco importante ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ Muito importante

*Quão fortemente se avalia enquanto adepto do seu clube? **

1 2 3 4 5 6 7

Não adepto ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ Forte adepto

*Quão fortemente o avaliam, os seus amigos, enquanto adepto do seu clube? **

1 2 3 4 5 6 7

Não adepto ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ Forte adepto

*Durante a época, com que frequência segue o seu clube, através da Televisão? **

1 2 3 4 5 6 7

Nunca ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ Quase todos os dias

*Durante a época, com que frequência segue o seu clube através da Rádio? **

1 2 3 4 5 6 7

Nunca ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ Quase todos os dias

*Durante a época, com que frequência segue o seu clube, através dos jornais? **

1 2 3 4 5 6 7
Nunca ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ Quase todos os dias

*Durante a época, com que frequência segue o seu clube, através da Internet? **

1 2 3 4 5 6 7
Nunca ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ Quase todos os dias

*Qual a importância de ser adepto, do seu clube, para si? **

1 2 3 4 5 6 7
Nada importante ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ Muito importante

*O que pensa sobre os maiores rivais do seu clube? **

1 2 3 4 5 6 7
Não me desagradam ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ Desagradam-me muito

*Com que frequência utiliza o nome e o emblema, do seu clube, no seu local de trabalho, em casa, na sua roupa ou no carro? **

1 2 3 4 5 6 7
Nunca ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ Sempre

[« Back](#) [Continues »](#)

42% completed

Porque fico em casa?

* Required

Porque fico em casa?

*Para cada afirmação seguinte, selecione o seu grau de concordância, onde 1 significa "Discordo Totalmente" e 7 significa "Concordo Plenamente". **

| | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 |
|---|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|
| Existe demasiada violência à volta do futebol. | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| Os estádios portugueses são antiquados | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| Acho que a divulgação do dia e hora oficial dos jogos é realizada muito perto da data do jogo | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| Existe corrupção no futebol | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| Existe uma boa divulgação dos jogos | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| Há falta de competitividade nos jogos em Portugal | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| A rede de transportes públicos, para os estádios, é boa | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| A interação com outros adeptos é uma parte muito importante dos jogos | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| Considero que os estádios têm boas condições | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| Assistir ao jogo pela TV é mais cómodo do que | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |

[illegible]

« Back Continue »

67 % completed.

*Para cada afirmação seguinte, selecione o seu posicionamento, onde 1 significa "Discordo Totalmente" e o 7 significa "Concordo Plenamente". **

| | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 |
|--|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|
| Não me identifico com o tipo de pessoas que vão aos jogos de futebol | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| É muito difícil estacionar junto ao estádio em dias de jogos | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| Deveria haver um melhor trabalho dos clubes para atrair mais público aos estádios | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| Os jogadores não dão o máximo pelo clube | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| Estar com os outros adeptos e com a multidão no estádio faz-me sentir parte do grupo | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| Demoro muito tempo a chegar ao estádio | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| Nos meus tempos livres procuro estar com a minha família | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| O dia e os horários dos jogos não são o mais adequados à minha agenda | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |

*Para cada afirmação seguinte, selecione o seu posicionamento, onde 1 significa "Discordo Totalmente" e o 7 significa "Concordo Plenamente". **

| | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 |
|--|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|
| Tenho a tradição de assistir os jogos com os meus amigos | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| Assistindo o jogo na TV, posso efectuar mais tarefas ao mesmo tempo | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| Assistir a um jogo de futebol sem público é aborrecido. | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| Esta temporada, o meu clube ficou àquem dos objetivos propostos | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| Sinto-me atraído por jogos importantes para a definição de um objetivo | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| Os horários dos jogos não são os mais apropriados | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| Por norma, os estádios portugueses são bastante cómodos | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| Os meus familiares diretos não gostam de futebol | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| O meu clube fez uma má época | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |

Sinto-me inseguro nos estádios

O preço dos bilhetes é adequado ao espetáculo que é oferecido

Ser adepto de futebol sai caro

O futebol em Portugal apresenta baixo valor artístico

« Back

Continua »

85% completed

Parte 4

Porque fico em casa?

*Género? **

- ☐ Masculino
- ☐ Feminino

*Idade? **

*Habilitações Literárias **

- ☐ 1.º Ciclo
- ☐ Ensino Secundário
- ☐ Ensino Superior

*Estado Profissional **

- ☐ Estudante
- ☐ Empregado
- ☐ Desempregado
- ☐ Reformado

*Estado Civil **

Estado "solteiro", compreende pessoas que vivam sem cônjuge, podendo ser viúvos ou divorciados. No estado "casado", entende-se por alguém que viva como casal, não será necessário estar legalmente casado.

- ☐ Solteiro
- ☐ Casado

*Quantos filhos tem? **

Vive com os seus filhos?

☐ Sim

☐ Não

Com que frequência está com os seus filhos?

Responda apenas se tiver filhos e não viver com eles

☐ Todos os dias

☐ Duas a três vezes por semana

☐ Uma vez por semana

☐ Uma a duas vezes por mês

☐ Raramente

Idade e género dos filhos

Se tiver mais que um filho, pode escolher várias respostas.

☐ Rapariga com menos de 5 anos

☐ Rapaz com menos de 5 anos

☐ Rapariga entre os 6 e os 12 anos

☐ Rapaz entre os 6 e os 12 anos

☐ Rapariga entre os 13 e os 18 anos

☐ Rapaz entre os 13 e os 18 anos

☐ Rapaz com mais de 18 anos

☐ Rapariga com mais de 18 anos

Never submit passwords through Google Forms.

100%: You made it.

Anexo III – Transcrição das Entrevistas

8/02/2014 > Entrevista com Mariana de Carvalho

Eu: Esta entrevista exploratória tem o intuito de me auxiliar a desenvolver o questionário para estudar as razões pelas quais os adeptos de futebol não vão aos estádios.

Mariana: Como é que o Questionário vai chegar às pessoas?

E: Irá ser um questionário online, disponibilizado e difundido pela web.

M: Foi o que eu fiz, e cheguei a não- fãs, pessoas que não são adeptas de clube nenhum, mas claro, se o inquérito é aberto e sobre futebol, á partida as pessoas que se interessam sobre futebol são as que mais respondem.

Eu tive duas experiências muito diferentes, aqui e na Bélgica. Porque a forma como se difunde o questionário influencia muito o tipo de adeptos que respondem. O “jornal de notícias” da Bélgica fez publicidade, com o link para o questionário e anunciaram um prémio para quem respondesse, o que motivou as pessoas a fazerem-no, sendo adeptas ou não. Em contrapartida o dito jornal foi o primeiro a ter acesso aos resultados do estudo e fizeram uma notícia com isso. Com isto, obtive resposta de muitas pessoas que leem o jornal, em versão em papel e online, mais homens, mas consegui uma amostra mais abrangente da sociedade, com pessoas de um escalão habilitações mais baixo do que o estudo, em Portugal, mas do comum adepto de futebol, sendo adepto de um clube ou não. Algumas pessoas eram adeptas de clubes de outros países, algumas responderam que não tinham nenhum clube, mas eram interessadas em futebol na mesma, mas optam por não ter um clube. Ainda assim, foi difícil chegar às pessoas que não gostam de futebol, o que do ponto de vista do marketing, não penso que seja mau, porque essas pessoas que não se interessam por futebol, são um público difícil e atingir. Nem sei se haverá interesse em chegar a eles. Na Bélgica há muita gente que abomina o futebol, há uma faixa da população que continua a achar que o futebol é uma atividade para homens violentos e bêbados, porque lá se pode beber álcool no estádio, o que é uma diferença muito grande para Portugal. Aliás, eu antes deste, tinha feito um estudo em que levei o questionário às escolas, para abranger alguns miúdos que não eram adeptos, ou que eram adeptos, mas não iam aos estádios, e tive muitos miúdos na escola que me disseram que não queriam saber de futebol para nada, que não eram adeptos e não gostavam. Pelo contrário, aqui em Portugal, toda a gente tinha um clube, quase toda a gente me disse que era adepta de futebol, mas depois se fomos comparar, tanto num estudo como no outro, ou seja, tanto neste estudo da internet como no estudo das escolas, na Bélgica havia uma grande divisão, há os que não gostam, que detestam, que não querem saber, nem se querem associar ao futebol e há outros que realmente são adeptos de um clube, seguem o clube, vão aos jogos, acompanham e têm um grande interesse. Enquanto que em Portugal, toda a gente tem um clube, toda a gente é minimamente interessada em futebol, (se lhes perguntarmos o que é um fora de jogo, se calhar muitos deles não sabem), é cultural, toda a gente é adepta de futebol, mas isso não se transforma em assistência nos estádios. E as razões são completamente diferentes.

Já aqui em Portugal, no estudo online, fizemos publicidade através do facebook, nas páginas dos clubes, pusemos o link nos blogues dos clubes, os meus alunos espalharam pelos amigos todos, toda a gente

espalhou e pronto lá conseguimos 5000 respostas. Aqui não foi tão fácil, porque não houve nenhum jornal que nos apoiasse, apesar do Record ter publicado o link, mas como não sortearam nenhum prémio, as pessoas não aderiram. Quem é que aderiu? Foram os estudantes universitários, porque através do e-mail da faculdade, consegui chegar às faculdades todas da UP e os estudantes como têm a sensibilidade para ajudar nestes estudos, responderam, já o mero adepto de futebol só responde se tiver algo em troca. Portanto não tive muitas pessoas fora da universidade e por isso as habilitações literárias dos inquiridos foi mais elevada do que no estudo belga. Portanto não se pode generalizar, eu digo isso mesmo na análise aos dados. Não podemos generalizar porque a minha amostra foi muito específica. De qualquer forma acho que a web é o meio ideal para difundir o questionário.

Eu já fiz entrevistas à volta do estádio do Dragão. É muito giro. Fui para lá com tempo, falei com os velhinhos, eles partilham algumas histórias connosco, mas não é com toda a gente. Eu tentei chegar a alguns dos Super Dragões, mas olharam para mim, viram que era rapariga e não conseguem falar a sério. É muito difícil com que falem a sério. Aí teria que ser uma observação mais participativa, teria que andar com eles durante algum tempo e aí chegava uma altura que já consegui falar a sério com eles, no início não conseguia, não obtive nada de jeito deles. Mas para chegar às pessoas que não vão ao estádio, online é o melhor e acho que deves sortear alguma coisa, de preferência relacionado com futebol, para motivares a participação.

Há um artigo, muito específico, que fala sobre os motivos para não ir ao estádio. Aliás, este ano, um aluno meu está a fazer um trabalho sobre o não-público, porque os outros todos anteriores, fizeram sobre os motivos para ir, mas este está a analisar os motivos para não ir ao estádio. Portanto, eu posso-vos meter em contacto, pode ser porreiro.

Eu tive a ver as tuas perguntas, e muitas das perguntas são semelhantes às que eu fiz. Se for para fazer questionário, o melhor para ti, é colocares várias opções e teres o menor número possível de respostas abertas, porque depois categorizar as respostas é bastante trabalhoso.

No questionário online, mesmo em perguntas de resposta fechada, depois deixei a opção para comentários extra, e digo-te que não foi muito vantajoso, perdi tanto tempo com aquilo e depois algumas coisas eram repetição das respostas. Por exemplo, numa pergunta eu tinha “ Qual o principal motivo para te teres tornado adepto do teu clube?”, uma das opções que tinha era Tios. Mas tive algumas pessoas que não respondiam Tios, mas depois escreviam na parte extra, “foi porque uma vez um tio meu levou-me a o estádio...” é perda de tempo, é horrível.

Das respostas abertas que tive, o único sumo que tirei, foi que houve algumas pessoas, cerca de 60, que escreveram que apoiavam o clube pela paixão e por amor ao clube, porque eu não tinha nenhuma destas palavras mais fortes no meu questionário. E nos papers que tenho escrito, tenho sugerido que adicionem esta opção à pergunta da razão para seguirem os clubes, porque tive muita gente que focou isto mesmo, a paixão.

Eu agora estou a fazer um paper, exclusivamente sobre o motivo para se ter tornado adepto de um clube. Eu tinha duas perguntas: “Quem foi a pessoa que mais influenciou essa decisão?” e “Qual foi o motivo principal?”. Nas opções dos motivos tinha: porque era um clube ganhador, porque vi uma vitória, por questões familiares, para ir contra a família, porque era o clube da minha região, por influência dos

amigos, por causa dos jogadores, porque o clube foi à minha escola e porque eu jogava no clube. Se fosse agora, se calhar não tinha feito a pergunta da pessoa que foi mais importante na decisão, porque não sei se tem interesse. O que eu te quero dizer é para pensares bem no que pretendes, que dados queres saber e que dados vais tratar, não vale a penas fazeres perguntas que não vais trabalhar. Eu perguntei coisas que não vou usar, fiz um questionário tão comprido desnecessariamente. Quanto mais curto melhor.

Outro conselho que te dou, é usares a escala de likert sempre que possível. Por exemplo, na pergunta sobre os motivos utilizei a escala de likert, mas na pergunta da pessoa que mais influenciou, não. Tinha uma coluna para cada pessoa, pai, mãe, tios, etc. e eles tinham apenas que meter uma cruz, alguns metiam em mais do que um e até todos, mas isso não me diz nada, não sei qual foi o que mais influenciou, se um ou outro.

E tem atenção como fazes as perguntas. Por exemplo, uma das minhas perguntas era “Em quê que o preço do bilhete influencia a tua ida ao Estádio” e na resposta poderiam responder numa escala de likert desde influencia-me a ir mais vezes ao estádio até faz-me não ir. Só que eu não estava a definir se o preço era barato ou caro, por isso eu não sei ao quê que a pessoa está a responder. Deveria ter dividido: “Um preço baixo faz-te ir mais vezes ao estádio?”, “Um preço alto, faz-te ir menos vezes ao estádio?”.

E: Porque razões é que julga que as pessoas não vão aos estádios?

Em Portugal, as pessoas não vão aos estádios pelo preço do bilhete. Ainda hoje, estive a conversar com o Pedro Afra, que foi responsável de marketing do Sporting durante 10 anos, e ele corroborou os dados que eu encontrei, que é impossível, nos dias de hoje os portugueses irem aos estádios com os preços dos bilhetes que se praticam. Se compararmos o número de adeptos que vão ao estádio com o número de habitantes do país, nós somos dos países que vão mais. Acho que foi a Deloitte que publicou um estudo onde referem que comparando o nível de ordenados, os portugueses são os que fazem maior esforço financeiro para ir ao estádio.

E: Ainda temos a questão do ser sócio do clube, que não é comum noutros países e nos faz pagar para ser sócio e ainda para ir ver os jogos...

É verdade, noutros sítios não existe este tipo de associativismo. Lá na Bélgica por exemplo, quando lhes mostro o meu cartão de sócio do Porto, eles acham muito giro e dizem-me que também querem fazer isso nos clubes deles, porque isto é uma questão de identificação, que eles não têm. E cá em Portugal se uma pessoa não for sócia, o preço do bilhete é elevadíssimo e as pessoas não conseguem pagar... Se quiserem ir com a família, não podem, gastam 200 €, se quiserem ir, num mês, a dois jogos em casa, como é que é possível... é impossível.

Na Bélgica, as queixas são outras, queixam-se das condições dos estádios, que são inseguros, da falta de lugar para estacionar, o que não tem nada a ver com as queixas de aqui.

Aqui as queixas são todas financeiras, ou os preços dos bilhetes ou porque não há promoções.

E: Mas isso não será um problema cultural? Os portugueses queixam-se sempre dos preços. Por exemplo, no Leixões já se fizeram bastantes jogos à porta aberta, para tentar captar mais público e as pessoas não aparecem, são sempre os mesmos. Quando as pessoas não têm esse hábito, mesmo sendo gratuito não vão.

Mas essas Ações são divulgadas? Muitas vezes não são, ou são mal. E neste caso estamos a falar do Leixões que é um clube pequeno. Mas por exemplo, o FC Porto que é um clube grande, as pessoas pensam que os bilhetes são muito caros, mas às vezes os bilhetes são a 2 euros, que é muito menos do que ir ao cinema, e as pessoas não vão, não só pelo hábito, nem pelo preço do produto, mas pelo perceção que o consumidor tem do preço do produto. E os fans têm a perceção que os bilhetes são sempre caros. E é verdade que são, mas os clubes grandes até foram dos clubes que mais baixaram os preços nos últimos anos, porque perceberam que não estavam a ir pelo caminho certo.

Acho que deves perguntar quanto é que custa um bilhete do jogo, as pessoas nem sabem, mas têm a perceção que são caros. Efetivamente são, mas quando há as promoções também têm esse desconhecimento. Também porque pelo meu ponto de vista, os clubes têm uma péssima comunicação com os adeptos. Excetuando os grandes, não há marketing. A gestão das páginas do facebook é muito fraca, é muito desportiva, isto é focam-se muito no que o árbitro fez, no golo invalidado, é tudo sobre o que aconteceu no jogo. Não há uma estratégia a envolver tudo o resto. E isso é culpa dos clubes. Os adeptos consideram que os bilhetes são caros, e principalmente são caros para aquilo que eu recebo. Não só os bilhetes, mas também o preço da viagem. Por exemplo, uma coisa que nós temos muito em Portugal, e na Bélgica não existe, é a distância ao estádio. As pessoas moram muito mais longe do estádio aqui. Na Bélgica as pessoas são adeptas do clube local. Podes me dizer, como muita a gente me diz: lá os clubes são todos miseráveis, são todos tão maus, que mais vale ser adepto do clube mau que está perto do que do mau que está longe. O que pode ser verdade. Agora em Portugal o que acontece? As pessoas de Chaves, são adeptas do Chaves em segundo lugar, mas em primeiro são do Porto, do Benfica ou do Sporting. Isso é um problema cultural. Portanto os clubes também têm que fazer essa retrospeção, porque se querem chamar as pessoas que vêm de mais longe, têm que fazer preços especiais, organizar até as viagens com camionetas ou comboios., não preciso ser para os jogos todos, mas de vez em quando é importante, fazerem isso. Por outro lado, têm que ter melhor estratégia para chamar as pessoas que vivem à volta do estádio. Eu não acredito que, principalmente nos clubes pequenos, por exemplo que as pessoas que vivem à volta do estádio do Leixões, ao domingo à tarde, têm todas coisas para fazer. Se calhar não têm e estão em casa. Em vez de gastarem 2€ a alugar um filme na televisão, podiam ir ao estádio, se achassem que aquilo realmente valia a pena.

E: Acha que está mal trabalhada a parte do entretenimento nos estádios? Eu comparo muitas vezes com o que se faz na América e sinto que estamos muito longe do que por lá se faz, por exemplo.

Sim, é verdade. Também não podemos exagerar e começar a meter cheerleaders quase todas nuas com bastonetes, porque eu acho que os nossos adeptos não seriam muito recetivos. Eram capazes de achar engraçado no início, mas a partir de uma certa altura não iam achar muita piada. Era logo: “estamos no futebol, uma coisa de homens, viril, não é para estas cantorias”. Acho que também não podemos copiar tudo. Mas a verdade é que os clubes continuam a achar que só se ganharem é que está tudo bem e que quando não têm adeptos é só porque perderam. E se olharmos para os nossos clubes, tirando os 3 grandes e o Braga e o Guimarães, que usam muito bem a questão bairrista para conseguirem os seu posicionamento, fora estes, o que é que os outros pensam? Eu estou sempre a perder... claro que não tenho ninguém no estádio. Não pode ser assim!

Por exemplo, hoje o Pedro Afra disse-me que quando foi para o Sporting, ele foi com o Roquete, ele nunca tinha trabalhado no marketing desportivo, tinha trabalhado em empresas de produtos de consumo, mas o Roquete confiou nele e acreditou no projeto dele, mas as restantes pessoas que trabalhavam no clube diziam: “Não venha com essas tretas do marketing, porque isto aqui não resulta, nós se não ganharmos ninguém vem.” Ele disse-me que primeiro teve que fazer marketing interno, para mudar mentalidades dentro da estrutura do clube. Outro mito dos clubes é que se vai gastar muito dinheiro com o marketing. Eles não percebem que se tiverem um marketeer no clube, ele para o próprio salário mais do que uma vez. Eu trabalhei num clube pequeno do centro do Porto, que é o Académico do Porto, que nem sequer tem futebol, é um clube bastante eclético, mas sem futebol. Trabalhei lá nos campos de férias e nas escolinhas de desporto, e mesmo neste tipo de clube, eu consegui que fosse para lá uma rapariga trabalhar a meio-termo na questão do marketing e ela auto pagava-se. Por isso, não me acredito que um Leixões ou um Arouca não consiga fazer isto, conseguem, só não querem. O que acontece? Têm lá um estagiário, a trabalhar de graça e deixam-no ir aos jogos, passado um ano, vai embora e vem outro. Não um trabalho com estratégia a longo prazo.

Do ponto de vista dos adeptos, aqui em Portugal, vão-te dizer que não vão porque os preços são caros e porque deveria haver mais promoções.

Eu no meu estudo tinha estas 3 perguntas: Porquê que vai ao estádio?; Porquê que não vai ao estádio?; e O que é que o clube poderia fazer para você ir mais vezes ao estádio? Onde dava várias opções e pedia para escolher as 3 coisas mais importantes que o faziam ir mais vezes ao estádio. E esta pergunta é interessante, porque classifica, embora as pessoas vejam que é tudo importante, mas têm que escolher as 3 realmente mais importantes. E esta pergunta pode ser interessante para o teu questionário, porque tu podes concluir que é por essas razões que eles não vão ao estádio. No caso de Portugal foi: não têm preços mais baratos, não têm promoções e ofertas e também não têm preços de grupo. Já na Bélgica diziam que deveriam melhorar as instalações.

Outras coisas que te vão dizer são jogar melhor e melhorar a classificação, que são duas coisas diferentes. Para alguns adeptos jogar melhor é suficiente, outros querem mesmo é ganhar.

A interação social tem peso na decisão de ir ou não ao estádio? As pessoas vão-te dizer que vão por causa disto, muitas até te vão falar de recordações “Porque costumava ir com o meu pai”, mas não te vão dizer que não vão ao estádio porque não tem interação social. Isto é assumidamente uma coisa positiva. Porque não têm ninguém para ir com eles? Só se for por aí.

Mas, o que te podem dizer que não gostam é da atmosfera, ou o ambiente. Mas aí também é importante perguntares efetivamente o que as pessoas querem dizer. Porque por um lado podem dizer que o ambiente não é bom porque o estádio está cheio de mais, o que em Portugal é raro, está abarrotado, sentem claustrofobia e não se sentem seguros. A segurança é também outro motivo. As mulheres e idosos vão-te dizer que não vão por questões de segurança. Que é também um mito, porque a maior parte dos jogos corre em perfeita segurança e sem problemas. Só que os casos problemáticos são empolados pelos media. Os homens geralmente não se queixam tanto da segurança, em Portugal pelo menos. Na Bélgica as mulheres também não se queixaram da segurança, foram apenas as pessoas mais velhas. Mas quem se queixa são as pessoas que não vão. Podes pensar que eles não vão porque se queixam, mas eu acho que

eles se queixam porque não vão. Eles não sabem sequer o que se passa no estádio. Embora em termos estatísticos não podemos inferir causalidade, não podes dizer que isto é por causa daquilo. Podes dizer que há uma relação entre isto e aquilo. Só podes inferir causalidade se fizeres uma experiência. Se testares um cenário e depois alterares o cenário e voltares a testar, aí podes dizer que a causa deveu-se ao que mudaste. Neste tipo de inquéritos apenas podemos dizer que há uma relação.

Nesta pergunta “quantas vezes foi ao estádio na última época?”, precisas de especificar de que época está a falar, alguns vão a achar que é a presente, outros que é a anterior. Como na pergunta “Costuma ir ao estádio” se uma pessoa for a 4 jogos, costuma ir? A interpretação da pergunta é relativa. Tens que pensar como queres dividir os grupos. Tens que decidir se queres abordar apenas os jogos em casa ou também os jogos fora. Tens de definir bem o que precisas de saber.

E: O professor João Proença, diretor da FEP, disse-me que acha que quem não foi habituado a ir ao estádio em criança, não é provável que vá em adulto, o que acha?

Acho interessante, é verdade, há estudos até noutras áreas do marketing que dizem que quanto mais cedo um cliente é fiel a um produto, mais difícil é que ele mude de produto ou que deixe de o consumir. Tens é que definir, outra vez, o que é “era *habitual* ir em criança”, para que todos te respondam da mesma forma. Na pergunta, “Costuma ver os jogos em casa?” se calhar podes antes perguntas “Quantas horas gasta por mês a ver o seu clube na televisão?”, assim tens uma medida concreta. Agora, nesta pergunta também te podem responder as horas que estiveram a ver o programa de debate desportivo, tens é que definir o que queres. Podes é perguntar quantas horas gasta por semana a consumir informação do seu clube nas seguintes atividades e colocas um quadro com, televisão, rádio, internet, jornal, estádio, conversar com os amigos, etc. e respondem-te as horas que gastam para cada um.

Outra coisa que as pessoas reclamam são os horários dos jogos. Os horários são maus e são marcados muito em cima da hora. O que não permite aos adeptos organizarem a sua agenda com alguma antecedência. Os clubes queixam-se da Liga Portuguesa de Futebol (Liga), mas a Liga são eles. Quem é a Liga? São eles próprios, são os que clubes que compõe a liga.

Na Bélgica é muito comum as pessoas irem ver os jogos para o café, nós não temos muito esse hábito. Aqui as pessoas vão para o café, porque não têm SporTV em casa. Até há um estudo, não me lembro do nome, mas envio-te depois, é de um senhor chamado Weed. É sobre as pessoas que assistem aos jogos nos bares, ele fez entrevistas nos bares. Ele descobriu que as pessoas gostam de assistir aos jogos na companhia de outras pessoas, mas não tem de ser necessariamente no estádio. Esta necessidade de interação social também é satisfeita com a atmosfera criada nos bares. Na Bélgica, o futebol está também muito associado ao álcool, nomeadamente à cerveja. As pessoas vão com antecedência para o estádio para beber cervejas com os amigos e depois dos jogos ficam nos arredores do estádio a beber cerveja. E nos bares sucede-se o mesmo. Agora uma curiosidade, nos jogos europeus não podem vender álcool, porque a UEFA não permite, então vendem cerveja sem álcool, mas os adeptos não sabem e bebem e ficam todos contentes a pensar que estão bêbados.

Quando abordares as condições do estádio, tens de dividir em vários itens, por exemplo a segurança, o conforto e as acessibilidades. Da experiência que eu tenho, acho que as condições dos estádios não pesam

para as pessoas irem ou não aos estádios. Talvez a questão do estacionamento ou a distância e acessibilidade pode ser relevante. Se pensarmos por exemplo no estádio de Aveiro, as pessoas se forem de transporte público demora uma hora e se forem de carro têm de pagar portagens. Eles são um exemplo do que não se deve fazer. Tinham um estádio no centro da cidade e agora têm um a 10 km. Agora olhamos para aquilo e achamos uma estupidez e não percebemos como ninguém pensou naquilo. Mas lá na Bélgica, o Loveren, o clube da cidade onde estou, tem um estádio praticamente no centro de cidade, estão entusiasmados porque estão há 3 épocas na primeira divisão e têm o estádio sempre cheio e já andavam com ideias mirabolantes de construir um estádio novo a 8 km. Se perguntares aos adeptos ficam contentes, pensam num estádio novo e na distância de 8 km e até concordam, porque o estádio atual é miserável. Mas depois eles não se vão deslocar. Ainda por cima, lá, as pessoas deslocam-se para o estádio a pé ou de bicicleta. Felizmente, já abandonaram essa ideia, se calhar o meu trabalho teve peso nessa decisão, e optaram por construir uma nova bancada.

Se calhar podia ser interessante também teres uma escala da identificação com a equipa. Eu publiquei um artigo em que fiz a tradução para português de uma escala de identificação, que são 7 itens fáceis de responder e pode ser interessante para ti. É uma forma também de caracterizares o adepto, o quanto ele é identificado com o clube.

Podes também perguntar desde que idade eles são adeptos e analisar também se isso também tem influência no ir ou não ao estádio.

12/02/2014 > Entrevista com Daniel Sá

Eu: Esta entrevista exploratória tem o intuito de me auxiliar a desenvolver o questionário para estudar as razões pelas quais os adeptos de futebol não vão aos estádios.

Daniel Sá: Eu tenho feito trabalhos nesta área, o meu doutoramento, foi inclusive nessa área, e a maior parte dos estudos que eu encontrei são de facto sobre *attendance*, sobre a ida. Encontrei meia dúzia de estudos sobre *non-attendance*. Dos estudos todos que encontrei a razão foi do tipo 95% sobre *attendance* e apenas 5%, ou menos, sobre o *non-attendance*. Portanto, eu já vi estudos sobre o porque não, a tal ideia do “porque fico em casa”. Agora não tenho de memória, mas posso-te enviar por e-mail a minha tese de doutoramento e os estudos em causa constam da bibliografia.

Só para contextualizar, a minha tese foi defendida há dois anos, foi sobre *attendance*, as razões de ida e o trabalho foi feito em parceria com o Benfica. Tivemos uma resposta brutal. Foi feita online, com titulares do cartão RedPass, indivíduos que têm os lugares anuais e tivemos 4300 respostas. Naquele ano havia 23000 RedPasses vendidos, mas apenas 15000 com acesso a e-mail. Tivemos cerca de 30% de inquiridos a responder, o que é uma barbaridade. Posso-te dizer que vi vários estudos, para feitos sobre a NBA, outros feitos na Europa e por todo o lado, e não vi nenhum com tanta gente a responder. Contou também o apoio do clube, o e-mail foi enviado pelo Benfica e a coisa resultou muito bem.

Mas fica a nota que existem, de facto, alguns estudos sobre o *non-attendance*, mas eu acho que deveria haver mais. É importante saber o porquê que vão, mas penso que será muito mais importante perceber o porquê que não vão. Porquê que a pessoa que é adepta do clube X, é adepta, gosta de futebol e não vai. Parece-me grande discussão, é interessantíssimo saber porquê.

Já li muito sobre o assunto, quer pelo trabalho que faço aqui no IPAM, quer pela tese de doutoramento que desenvolvi, e encontrei diferentes modelos para explicar o porquê da ida. Uns defendem mais razões, outros menos, mas de uma forma geral consegues agrupar, porque os pontos são quase todos os mesmos. O modelo que eu prefiro, que foi o que eu utilizei, diz que há 32 razões diferentes, que podem levar a pessoa a ir ou não, divididas em 6 agrupamentos. Que têm a ver com fatores do próprio estádio, como a comodidade, fatores relacionados com a performance desportiva, o próprio entretenimento que está à volta do jogo, as questões sociais / locais, isto depende do que está a volta do clube na cidade, porque muitas vezes as pessoas não vão ao futebol porque vão ao cinema ou ao teatro ou ao centro comercial. Porque há outros concorrentes na área do entretenimento, e esse é um erro crasso, porque os gestores do futebol acham que os seus concorrentes são os outros clubes e os outros jogos de futebol, o que não é verdade. O concorrente do Leixões é o Norteshopping, o MarShopping, a praia e por aí fora. São esses os concorrentes e são melhores, porque captam mais atenção. Depois temos fatores relacionados com o rendimento das pessoas e do orçamento que têm destinado a entretenimento.

Há muitos modelos, há muitos estudos feitos nos últimos anos pelos clubes do mundo inteiro e o modelo vai sendo afinado. Acho que qualquer investigação que seja feita nesta área dá sempre um contributo para se ver isto de outra forma e melhor ainda.

E: No estudo da Mariana, a principal causa que ela aponta para os portugueses não irem tantas vezes ao estádio é o preço dos bilhetes, concorda?

Eu acho que não é isso, sinceramente. O que é que eu acho? Eu acho que, e não fui eu que inventei isto, há uma espécie de escala de lealdade do futebol. Este é um modelo do William Sutton, um americano, que divide os adeptos em 7 categorias. Que diz, com adeptos do Leixões para ter mais piada, o primeiro é o gajo da Máfia Vermelha ou não, não precisa de ser da claque, mas seja jogos em casa ou fora, vai ver tudo, sabe tudo e bate nos jogadores se for preciso e este vai sempre, é o fanático. Depois a escala vai descendo, os segundos já só vão a todos os jogos em casa, já não vai fora. Os terceiros já não vão ver todos os jogos em casa, vê só dois terços dos jogos. Os a seguir já só vão ver dois ou três jogos por época, que são os jogos mesmo importantes. Os quintos, dizem que são do Leixões, mas não vão aos jogos, mas vão sempre à internet ver qual foi o resultado e procuram estar informados. Os sextos são indiferentes, é do Leixões mas é desinteressado, nem a informação procura. Os últimos são do Leixões, mas não sabem o nome de um único jogador da equipa neste momento. Vai a uma final da taça no Jamor, como já aconteceu, aí diz que também é leixonense.

Em Portugal, quem é que anda nos estádios? São os dos primeiros 2 grupos, as assistências que nós vemos, são esses senhores e um bocadinho dos do terceiro grupo. E os clubes borrifam-se para os restantes, não falam com os adeptos das restantes categorias e ponto final, é por isso que as pessoas não vão. Porque as pessoas não são atraídas para ir. Os clubes não lhes dizem nada. Qual deveria ser a estratégia? Queremos vender bilhetes de época, vamos vender a quem? Deveríamos tentar vender aos da terceira categoria, para fazê-los passar para a segunda. Tens que ter estratégia para aos da categoria 7 passarem para a 6, os da 6 passarem para 5 e assim sucessivamente. E isto não é em dois meses, mas tem de ser esta a estratégia. E portanto, em termos de marketing deverá haver uma estratégia individual para cada tipologia de adeptos. Quem é que faz isso em Portugal? Ninguém!

O marketing é assim que funciona, tens de perceber os públicos. São todos leixonenses? São, mas em estados completamente diferentes.

Do trabalho de doutoramento que fiz, descobrimos várias coisas giras. Uma delas, por acaso o Leixões até tem isso, ainda, a ida em família ao jogo. O conceito de ir em família, o pai, a mãe e os filhos. Isso perdeu-se, porquê? Porque os bilhetes são caros que se farta. Aí sim, aí o facto preço é relevante porque ir a família toda sai caro. No Benfica, em consequência do doutoramento, criou a bancada de família, com preço especial. Além do preço especial, tens pais com filhos na mesma bancada que estão outros pais com filhos, porque ir pais com filhos para o meio da claque não seria a melhor experiência que crias dar a um filho.

Outra conclusão, no caso do Benfica havia apenas 13% de mulheres nos estádios, e é um mercado do caraças, muitas gostam de futebol. Há aqui muito por explorar. Insisto, todas as investigações que possam ajudar a compreender isto, acho ótimo.

Dizer que em Portugal as pessoas não vão ao futebol porque é caro e dá na televisão é mentira. Dá na televisão em todos os países do mundo, não é só em Portugal. Os preços, também já comparamos, e o problema tem a ver quando comparamos com o preço do cinema, com o teatro e com as outras coisas. Acho que a comparação deve ser feita é aí.

E: A questão do entretenimento é bem explorada, em Portugal?

Há 3 ou 4 clubes que fazem isso com cuidado, já trabalham bem essa questão, já fazem do jogo um espetáculo, bem para além dos 90 minutos, mas depois vai havendo apenas algumas experiências. Os clubes têm vontade de ir trabalhando isso, vão tentando melhorar a experiências mas são ações muito fracas. A ideia de meter umas miúdas a dançar ao intervalo está muito longe de ser a experiência que se deve criar num jogo. A experiência não é o intervalo, é o jogo todo., desde que põe o pé no estádio até sair. Portanto acho que ainda há muito que fazer.

E: Neste aspeto, na minha opinião, nos estados unidos é onde se explora melhor a questão do entretenimento.

Sim, sem dúvida. É brutal, aquilo é um show-off e nos intervalos do espetáculo é que vão os atletas. Quase que invertem a situação. É um show seja qual for a modalidade, ou seja, eles cultivam a experiência.

E: Quando o aspeto técnico do jogo não é interessante, quando não é bem jogado e torna-se até aborrecido, o entretenimento extrafutebol ganha ainda outar importância?

De facto, reconheço e não percebo muito de futebol, sou um mero adepto, não sou entendido e a sensação que eu tenho é que quando vês um jogo (...), curiosamente fui ver o Porto – Setúbal há três semanas, ali ao Dragão, e fez-me confusão o Setúbal porque não passavam do meio campo, parecia uma equipa de amadores. Em termos de atitude não parecia uma equipa profissional, quando a gente vê a referência que temos em termos de espetáculo e qualidade técnica que é o futebol inglês, onde no fundo nem é a qualidade técnica, é a atitude dos jogadores em disputar cada lance e o jogo até aos 90 minutos. E os adeptos festejam até cortes de carrinho aos 90 minutos. Festejam pela atitude demonstrada pelos jogadores. Mas isto já não é um problema de marketing. Isto em mais a ver com os treinadores, porque privilegiam o resultado, também porque estão sempre com a cabeça no cepo, é tudo muito complicado.

E: Considera que as transmissões televisivas não afetam as assistências?

Afeta, claro que interfere como é logico, mas nada substitui a experiência ao vivo. São experiências diferentes, têm vantagens e desvantagens. Na televisão vê-se melhor, vê-se as repetições e há maior comodidade, mas nada retira a experiência ao vivo de um jogo. Desde que essa experiência seja enriquecida

E: As condições dos estádios em Portugal são bastantes satisfatórias desde o Euro 2004, por isso não devem influenciar a não ida aos estádios?

No Euro 2004 houve 10 estádios em que está tudo impecável, embora desses dez, usados sejam 7 ou 8, e criou-se um fosso de estádios grandes demais para as necessidades que nós tínhamos. Mas na verdade, as pessoas dizem que melhorou tudo e não melhorou tudo, melhoraram 7 estádios, porque há 2 ou 3 que não são usados, são monos autênticos. Há alguns clubes que de facto, hoje em dia é diferente assistir a um jogo. Assistir a um jogo hoje no estádio do Dragão e ir há uns anos atrás às Antas, a experiência é completamente diferente, altera radicalmente, aí o benefício é brutal. Ninguém pode ter a mínima dúvida sobre isso. Nos outros não acho, há estádios que ainda são muito pouco acolhedores. Assim como as acessibilidades. Voltando ao estádio do Dragão, hoje em dia tens um metro debaixo de uma bancada, o que é uma comodidade de excelência. Voltando à concorrência, quando falamos num shopping, se compararmos as acessibilidades de um estádio e de um shopping... descubram as diferenças.

E: Em relação aos horários dos jogos, qual a sua opinião?

Acho que são um problema. No caso particular português, onde os horários estão a funcionar debaixo da ditadura da televisão. Este ano temos visto a experiência do Benfica, que saiu debaixo da ditadura das televisões, e está a tentar contrariar essa conversa, porque ficou com os seus direitos televisivos. Porque o momento natural do futebol, historicamente, é o domingo à tarde. E deixou de ser. Num Benfica – Sporting, 30% dos adeptos que estão no estádio são pessoas fora de Lisboa, do país todo, e com um jogo destes marcado para um domingo à noite, isto é um problema. Os horários são um problema de fundo para resolver.

O futebol alemão é sempre no sábado à tarde, com algumas exceções, mas é sábado à tarde.

E: O sucesso desportivo é realmente crucial para se ter boas assistências?

Nos países latinos isso é importante, Portugal, Espanha, Itália tem peso. Nos outros países isso não tem importância. Os países latinos são mais fervorosos. Em Inglaterra, Holanda, Alemanha a oscilação em função dos resultados é mínima. Nos países latinos sente-se mais.

E: O que acha em relação à segurança e violência?

Não acho que seja um problema grave, em Portugal. Nós não temos grandes problemas de segurança e violência. Por muito que nos possa parecer que sim, não temos. Temos alguns episódios que acontecem, mas são raríssimos. Eles são muitas vezes enfatizados e dramatizados pelos media. Mas se olharmos, estatisticamente, não temos problemas de violência. A culpa é das pessoas do futebol que não sabem proteger o negócio deles. Mas mesmo sendo mais mito do que verdade, parece-me que há algumas pessoas que não vão por causa disso e por isso afeta as assistências.

E: Acha que existe mais algum ponto que influencie a não ida aos estádios?

Acho que estes são os pontos principais, será tudo à volta disto. Dentro destes modelos todos que existem, anda tudo à volta disto.

E: O facto de não ter companhia para ir aos jogos?

O futebol é tipicamente um ato que nós fazemos acompanhado. Não é normal uma pessoa ir sozinha para o futebol, por isso mais uma vez para eu não compreender não haver a venda de bilhetes duplos, triplos e quádruplos. Devia haver. As pessoas não vão ao futebol sozinho. A venda de bilhetes individuais não me parece uma boa ideia.

20/02/2014 > Entrevista com António Franco

Eu: Para começar necessitava de saber a idade e habilitações literárias?

Tenho 42 anos e sou licenciado na faculdade de economia e tenho lá um MBA também em finanças.

Eu: É adepto de futebol?

Sou, sou adepto do Boavista.

Eu: Qual foi o principal motivo para se ter tornado boavista?

Não tenho ideia. Às vezes pergunto-me. Eu joguei no porto, com o Sá Pinto, com o Rui Jorge, fiz patinagem artística, fiz hóquei patins no Porto, fiz ginástica no Porto. O meu pai não ligava a futebol. Tinha um vizinho que me pôs sócio, quando eu era pequenino, provavelmente foi isso. Não tenho ideia, mas talvez isso.

Eu: Já é adepto do Boavista desde muito cedo?

Já sou adepto do Boavista desde que me lembro. Eu fui sócio quando tinha 3 anos, depois deixei de ser quando era preciso pagar quotas, porque os meus pais pagaram as quotas. E depois no 10º ano comecei a dar umas explicações e a ganhar algum dinheiro e meti-me sócio outra vez, por isso sou sócio desde o 10º ano. Acho que faço 25 anos de sócio este ano.

Eu: Costuma assistir aos jogos no estádio?

É assim, eu de onde moro vejo o estádio. Dada a situação do Boavista, eu confesso que agora não tenho ido. Já fui ver 2 jogos este ano, o ano passado vi 2 ou 3, mas desde que o Boavista desceu, não tenho ido. Mas antes ia sempre. Ia sempre, mas entretanto desde que o Boavista desceu... agora também tenho 2 filhas, comecei a correr e estou um bocado mais dedicado à corrida e depois também não dá tempo para tudo. Isso juntamente com a situação do Boavista, faz com que não vá regularmente.

Eu: Em criança era habitual ir ao estádio?

Não, em criança não, porque o meu pai me levava e não tinha quem me levasse ao estádio. Não ia. A partir dos 10 anos, comecei a jogar no Porto e lembro-me de, como tinha o cartão de atleta, permitia-me ir ver os jogos e então assistia a bastantes jogos do porto.

Eu: Hoje em dia a falta de sucesso desportivo é a principal razão para não ir ao estádio, certo?

Sim, a terceira divisão é um bocado duro, não é. Isto não é virar as costas ao clube, porque eu pago as quotas e já fui este ano e o ano passado e na liga de honra. Mas agora é assim, tenho muita coisa para fazer e para ir ali ver jogos da terceira divisão não vou. Neste momento tem porque não está na primeira divisão. Se tivesse na primeira divisão não teria, como eu vi o Boavista antes dos camarões e da lagosta, vi durante muitos anos o Boavista na tabela a lutar para não descer. Mas acredito que em clubes como o Porto, Benfica e Sporting que só podem estar à frente e quando não estão à frente, isso poderá ser um motivo para as pessoas não irem. Em clubes que não esses, acho que não, porque as pessoas já estão habituadas. Há anos melhores e outros piores, mas em clubes mais pequenos penso que não. Para os adeptos que costumam ir não tem importância, agora quando começam a ganhar atraem mais adeptos. Quando o Boavista teve na mó de cima, não faltavam Boavistas.

Eu: Costuma assistir aos jogos na televisão?

O Boavista, neste momento não passa na televisão, mas tenho notado que desde que o Boavista desceu de televisão, o futebol para mim praticamente acabou. A descida do Boavista também coincidiu com o meu começo nas corridas.

Eu: Corre pelo Boavista?

Não, eu corro sempre com a camisola do Boavista, mas é uma camisola minha e eu até já personalizei algumas, porque eu corria com a camisola oficial do Boavista e a camisola é muito pesada, era muito grande, e eu numa maratona chegava ao fim com mais 2 quilos sem necessidade. Então depois personalizei uma camisola. Corro por amor ao Boavista, com uma camisola do meu clube, mas não é pelo Boavista Futebol Clube, porque acho que nem atletismo tem.

Eu: Quando o Boavista estava na primeira divisão era frequente ir ao estádio?

Não faltava, não faltava. Jogos em casa, sempre, jogos fora, muitos. Das 3 taças de Portugal, que foram em 1990, 90 e pouco, fui ver duas, por acaso foram as 2 que o Boavista ganhou. Cheguei a ir ver o Boavista a Málaga. Ia ver alguns jogos fora. Mas em casa, a não ser que não pudesse mesmo, não faltava.

Eu: Nessa altura estabelecia a sua agenda de forma a garantir que assistiria aos jogos?

Sim, sempre. Via quando é que seria o jogo e tentava que as coisas batessem certo. Quando não dava, não dava. Mas estando cá no Porto, dificilmente faltaria por ter mais alguma coisa a fazer. Tentava sempre agendar de forma a conseguir ir.

Eu: Prefere assistir aos jogos, sozinho ou acompanhado?

No estádio? É assim, eu na televisão já nem vejo. Sei que está, neste momento, a jogar o Porto, mas virei logo o canal. Não tem nada a ver com o Porto, mas já não tenho interesse, estou a perder o interesse.

No estádio, gostava, mas é assim eu como era boavisteiro, durante muitos anos via o futebol praticamente sozinho. Quando estava no 10º ano, o Boavista estava na primeira divisão, mas jogava nos lugares de meio da tabela e não conhecia ninguém que fosse boavisteiro e ia ver os jogos sozinho. Depois, quando fui pra a faculdade, comecei a conhecer alguns colegas que eram boavisteiros também, e comecei a ir com eles, e preferia obviamente estar com alguém e ver os jogos acompanhado.

Eu: Porque é que acha que os estádios estão vazios?

Primeiro, penso que é o aspeto económico. Os bilhetes são demasiado caros para o espetáculo que depois é traduzido lá. E mesmo agora, eu fui há 15 dias ver o Boavista conta o Salgueiros. Vim da meia-maratona de Viana, não tomei banho, vim a casa convidar a minha filha mais velha, que tem 9 anos, e paguei 3,5€. Para um jogo de terceira divisão, acho exagerado. Por isso eu acho que o motivo económico, será dos mais importantes. Se os preços dos bilhetes forem mais convidativos, mais gente iria ao futebol. Aliás, quando o meu pai era vivo, eu meti os meus pais de sócios, ele ia algumas vezes, mas não ia mais porque não estava disposto a pagar bilhete para assistir àquele espetáculo.

Eu: Acha que as condições do estádio também têm peso?

Sim, também, as condições do estádio, sim. Nós agora já temos estádios razoáveis, como o estádio do Dragão, mesmo o estádio do Bessa já não é o estádio que era antigamente, embora não tão confortável. Mas se os estádios fossem melhores talvez cativassem mais, por isso sim.

Eu: O dia e o horário dos jogos têm importância?

O horário dos jogos acho que sim. A televisão é que manda. Eu adorava ir ao Bessa às 4 da tarde, ver o jogo numa bancada que já não existe, e adorava apanhar com o sol na cara. Gostava de ver ali os jogos ao domingo à tarde. Fizeram isso no outro dia, acho que foi com Benfica-Sporting, e durante a semana fui ouvindo as pessoas a dizer que finalmente houve um jogo à hora dos jogos, não é? Agora joga-se à segunda, terça à quarta. Já não há aquela tradição de chegar àquele dia e ir ver o futebol. Agora há futebol todos os dias.

Eu: O facto do jogo ser transmitido na televisão é relevante?

Para mim nunca foi impedimento, mas acredito que seja para muita gente. Quando o Boavista jogava na primeira divisão, independentemente de dar na TV ou não, eu ia ao estádio. Para mim ir ao estádio não tem nada a ver.

Eu: O facto do clube perder ou empatar, altera-lhe o humor?

Alterava muito, agora não. Agora costumo tentar saber o resultado. Mas antes alterava-me muito, saída de lá muito chateado quando as coisas não corriam bem.

Eu: A segurança e violência nos estádios, acha que é relevante?

Acredito que as pessoas não deixem de ir por isso, a não ser levar miúdos. Não vão com medo? Penso que não. A violência existe nos estádios e existe noutros sítios também. Quem quer ir, penso não é por isso que deixa de ir.

Eu: A interação social que se pode criar nos estádios é um fator atrativo?

Acredito que isso seja importante nos camarotes, nos cativos, mas especialmente nos camarotes de empresa, onde as pessoas vão não só pelo futebol, mas porque vai o administrador da empresa X que está no camarote ao lado e pode tentar fazer negócio. Aí sim, agora daí para baixo, acho que não.

Eu: A sua esposa gosta de futebol?

Não muito, mas é portista.

Eu: Se ela gostasse, você iria mais vezes ao estádio?

A única vez que ela foi, que eu me lembre, por acaso foi no ano em que o Boavista foi campeão, mas nesse jogo o Boavista perdeu com o Braga. E eu também lhe disse que era melhor não ir mais. Estou a tentar incutir o Boavista às minhas filhas. Elas eram Boavisteiras, mas agora já são portistas.

Mas isso não me faz a mim ir menos vezes. Eu se tivesse que ir, ia na mesma. Vou agora fazer uma maratona no domingo a Sevilha e vou sozinho.

Eu: A distância aos estádios, acha que é um fator de constrangimento?

Nos primeiros anos que eu era Boavisteiro, eu morava perto do estádio do Salgueiros. Sempre vim, vinha a pé. Eu acho que quando se quer, não há desculpas. A não ser que façam como o estádio de Aveiro ou o de Loulé, onde meteram os estádios fora da cidade. Nesses casos acredito que as pessoas deixem de ir.

Eu: O entretenimento proporcionado nos estádios vai ao encontro das suas expectativas e tem relevância no facto de ir ou não ao estádio?

Se o espetáculo fosse melhor, era natural que fossem mais pessoas. No meu caso, na altura em que seguia o Boavista, podiam estar a jogar muito mal, muito mal, muito mal, que eu ia na mesma.

Eu: Acha que o entretenimento extrafutebol, nos estádios, é mal explorado?

Não acredito, as pessoas que vão é para ver futebol. Agora se é para ver as meninas a dançar? Acho que não é por aí que mais pessoas iriam.

24/02/2014 > Entrevista com Carla Morgado

Eu: Para começar necessitava de saber a idade e habilitações literárias?

Tenho 41 anos e sou licenciada.

Eu: é adepta de futebol?

Sim, sou sportinguista.

Eu: Qual foi o principal motivo para se ter tornado sportinguista?

Foram motivos familiares. O meu pai e a família quase toda são sportinguistas. Ainda tive uma fase que fui portista, mas depois mudei. Foi tipo um mês.

Eu: Qual foi a pessoa mais importante nessa decisão?

Terá sido o meu pai e depois toda a influência de tios, primos e restante família.

Eu: Costuma assistir aos jogos no estádio?

Não.

Eu: Quantas vezes foi ao estádio na última época?

Nenhuma.

Eu: Porque razão não vai?

A distância e o preço dos bilhetes.

Eu: Em criança era habitual ir aos estádios?

Não e sim. Ia não ao estádio de alvalade, mas costumava ir, às vezes, com o meu pai ao Estádio do Fontelo, do Académico de Viseu.

Eu: Costuma assistir aos jogos em casa, na televisão?

Costumo, mas não a totalidade do jogo.

Eu: Estabelece a sua agenda de forma a conseguir ver os jogos?

Não, não dependo a minha agenda do jogo.

Eu: Prefere ver os jogos sozinha ou acompanhada?

Acompanhada.

Eu: Porquê que acha que os estádios estão vazios?

Preços, condições económicas do país, por vezes, as alternativas que as pessoas têm para ir ver outros espetáculos. Em alguns estádios portugueses, a questão do conforto. E como em Portugal a maioria dos adeptos são do Sporting, Benfica e Porto, muitas vezes a distancia leva os adeptos a não irem ao estádio. E por vezes os resultados não correspondem às expectativas dos adeptos e fá-los afastarem-se, principalmente nos clubes pequenos.

Eu: Sabe qual é preço dos bilhetes?

É assim, eu creio que para sócios é mais barato. Mas por vezes são preços na ordem dos 25€, 50€. Se forem jogos do campeonato do mundo ou de europa podem ir a preços na ordem dos 100€ por pessoa.

Eu: Acha então que os preços dos bilhetes é um principal fator dissuasor dos adeptos irem aos estádios?

Eu acho que para determinados jogo, sim. Para outros, não. Mas para uma família que se queira deslocar a um estádio, que seja uma pessoa de Viseu, que queira ir a um estádio de Alvalade ou da Luz, ou mesmo

o do Dragão que é mais perto, com os preços dos bilhetes, da deslocação, da alimentação fica bastante oneroso e hoje em dia pondera-se bastante.

Eu: Quando o Sporting joga mais perto de Viseu, procura ir ver esses jogos?

Já fui, já fui. Gostava de ir mais, quando joga em Aveiro e Coimbra, mas não vou. Não vou, também pelo horário.

Outro motivo também para os adeptos não irem acho que são os horários. Acho que os jogos serem à noite, tornam-se menos convidativos para as pessoas saírem de casa. Acho que os jogos deveriam ser à tarde, por volta das 15H e 16H, como em Inglaterra.

Eu: O facto de o jogo ser transmitido na televisão, afasta as pessoas dos estádios?

É mais cómodo, mas não é a mesma coisa. É mais interessante no estádio. Se eu vivesse em Lisboa, iria na mesma ao estádio, mesmo dando na televisão. Se calhar não todas as semanas, mas iria.

Eu: O facto de o seu clube empatar ou perder, altera-lhe o humor?

Não, fico um pouco triste na altura, mas passa rapidamente.

Eu: A violência e a segurança nos estádios são um fator dissuasor?

Acho que é bastante importante, principalmente quando se leva crianças. É um problema, não por causa do adepto comum, mas por causa das claques. As claques foram criadas na altura, acho até que o sporting foi a primeira equipa Portuguesa com uma claque organizada, mas creio que o objetivo com que foram criadas, degenerou e não são agora o que se pensava que seriam quando se originaram. Mas, mesmo havendo um controlo à entrada apertado, não consigo compreender como é que eles conseguem fazer passar o material pirotécnico. Não consigo compreender, porque já fui a estádios de futebol, já fui a jogos grandes como um Benfica-Sporting, e não me deixaram entrar com determinados objetos, isto ainda no estádio antigo, por isso não consigo perceber como eles conseguem passar, por que nós somos completamente revistadas por mulheres-polícia.

Eu: A qualidade do futebol praticado tem influência na decisão de ir ou não ao estádio?

Tem peso para fazer a equipa ganhar, mas desde que se marque o golo e a equipa vença. O resultado é mais importante, o Mourinho era um adepto disso, é um resultadista, não interessa o que se joga, interessa é cumprir o objetivo que é ganhar.

Eu: A interação social proporcionada pelo jogo, acha que é importante?

Acho que sim, por exemplo quando há jogos grandes a minha irmã convida-nos para lá irmos a casa. Mas, o meu cunhado é benfiquista, por isso depende conforme tiverem as equipas, mas jogos da seleção vamos sempre. Não nos zangamos, mas cada um puxa pelo seu lado. Não saio de casa para ir ao café ver o jogo, em tempos fui porque não tinha SporTv.

Eu: Se o estádio fosse mais perto iria mais vezes?

Aí ia, acho que ia.

Eu: Acha que o entretenimento proporcionado nos estádios vai ao encontro das expectativas?

Acho que sim, principalmente se forem jogos grandes. Todo o ambiente, toda a envolvência nos jogos grandes é um espetáculo e é interessante. Para quem nunca foi e vai a um jogo grande, acho que fica a gostar pelo ambiente criado. Depois vive-se aquele ambiente, aquela experiência e depois do jogo acabar ainda se fica a falar sobre aquilo durante algum tempo. Nos restantes jogos é diferente, nos jogos

pequenos, se calhar porque o estádio não está tão cheio, não se cria o mesmo ambiente de espetáculo, mas acho que quem vai todos os fins-de-semana deve viver isso de outra forma. Há adeptos assíduos, mas acho que é um espetáculo que por vezes não compensa o preço.

Eu: Acha que o entretenimento extrafutebol e interação com os adeptos podiam ser mais explorados?

Costumam fazer isso, por vezes até é maçador. Das experiências que eu tive dos jogos que fui ver a alvalade, o speaker está sempre a interagir com os adeptos. Ainda no antigo estádio de alvalade, pelo que me pareceu os adeptos que iam todas as semanas já conheciam os rituais e aquilo funcionava automaticamente. E as pessoas participam e gostavam daquelas brincadeiras antes dos jogos. Mas também, na altura era diferente, não havia lugares marcados, agora as pessoas têm a comodidade de chegarem à hora do jogo e terem o seu lugar à disposição. Agora ir ver um jogo de futebol é completamente diferente, sabem que têm o lugar marcado e penso que as pessoas estão mais predispostas a ir, no caso do estádio de Alvalade, penso que é um estádio muito cómodo.

Eu: Que estádios para além de Alvalade já visitou?

O estádio do Dragão, da Luz, de Aveiro, todos novos.

Eu: E estádios mais antigos que já visitou, acha que têm boas condições?

O estádio do Fontelo não tem condições, não está preparado, antigamente até era engraçado, mas depois colocaram a pista de tartan e cortaram as bancadas. Já fui também ao antigo estádio do Beira-mar, víamos o jogo mesmo em cima do estádio, fui também ao antigo estádio de Coimbra e ao de Espinho e não têm comparação com os novos. Houve uma grande melhoria das condições.

Eu: Isso é importante também para a ida em família.

Em todos eles, fui sempre em família, nunca fui sozinho. Ao estádio de Espinho, do Académico, de Aveiro, Coimbra ao de Alvalade, fui sempre em família.

Ao antigo estádio das Antas. Acho que o estádio do Porto é o mais complicado para ser ir como visitante. Acho que é onde o adepto forasteiro se sente mais inseguro. Por exemplo, o meu pai foi ver um Porto-Sporting, na altura o Jardel jogava no Sporting, ainda no antigo estádio das Antas, e foi com convites para a bancada dos adeptos do Porto. Ele foi com um amigo, mas não levaram nenhum adereço e não festejaram o golo do sporting. Estavam intimidados, as pessoas à volta do meu pai, ficaram convencidas que ele era portista. Porque tinham receio, acho que é o estádio onde os adeptos têm mais esse receio e não deveria haver.

Ao estádio da Luz, ver o Sporting, nunca fui, mas se calhar é a mesma coisa. Mas já vi em Alvalade, um Sporting-Benfica, num jogo em que o Sporting podia ser campeão, e acho que foi Jankauskas que marcou o golo do Benfica e o Sporting conseguiu empatar no último minuto, toda a gente estava convencida que ia ser campeão nesse dia e não correu bem. E houve uma situação, e é por isso que eu acho que as claques são perigosas, porque mal entrou a claque do Benfica, a primeira coisa que fez foi arrancar as cadeiras e atirá-las pelo ar. Eu acho que seja qual for a claque, mesmo as do Sporting, são todos iguais.

Eu: Acha que seria uma mais-valia haver venda de bilhetes para famílias ou para grupos?

Acho que sim, que se deveria fazer descontos, mas isso beneficiaria apenas as famílias que vivem próximas dos clubes.

Eu: Acha que deveriam vender packs com viagem + bilhete para quem é de outras cidades?

Costumam organizar, os núcleos organizam. O meu pai aqui há uns tempos foi ver um jogo qualquer numa viagem organizada. Às vezes até são grupos de pessoas não ligadas aos clubes e organizam. Mas por exemplo no Sporting, quando é o dia da Mulher, as mulheres não pagam.

28/02/2014 > Entrevista com Ricardo Carona

Eu: Para começar necessitava de saber a idade e habilitações literárias?

Tenho 29 anos e tirei o mestrado em engenharia eletrotécnica de computadores no IST.

Eu: É adepto de futebol?

Sim, correto.

Eu: Qual o seu clube e cidade?

Benfica, Lisboa.

Eu: Qual foi o principal motivo para se ter tornado benfiquista?

Acho que o principal motivo foi o facto de quando eu ser criança ter a influência dos meus pais e por outro lado também os resultados do Benfica que nessa altura eram bons. Até houve uma fase em que eu era do Benfica, do Sporting e do Porto, mas depois vi que o Benfica era claramente melhor.

Eu: Costuma assistir aos jogos no estádio?

Poucas vezes, agora cada vez menos.

Eu: Quantas vezes foi ao estádio na última época?

Na última, acho que não fui nenhuma.

Eu: Porque razão não vai ao estádio?

Eu costumo ir e gosto de ir ao estádio, no entanto, acho que nos últimos anos tem se tornado demasiado caro para o espetáculo que se vê. E depois com o passar da crise, comecei a ter que fazer algumas opções e ir ao estádio não foi umas das prioridades. Entretanto, o ano passado tive muita pena, porque gostaria de ter ido ao estádio várias vezes.

Eu: Antes da crise era normal ir?

Ia a cerca de um terço dos jogos talvez, um terço dos jogos em casa.

Eu: Qual a razão para ir ver esses jogos em detrimento de outros?

Houve uma altura em andavam a oferecer bilhetes, a esses jogos ia. Depois tentava ir aos jogos grandes, ia a jogos da liga dos campeões, aos dérbi e clássicos, com Sporting e Porto. Gostava também de ir ao último jogo da época ou outros jogos que fossem importantes.

Eu: Em criança era habitual ir aos estádios?

Não, em criança não. Os meus pois nunca foram de ir ao estádio, por isso só quando comecei a ter mais alguma autonomia é que comecei a ir ao estádio, até lá não.

Eu: Costuma assistir aos jogos em casa, na televisão?

Sempre que dá em canal aberto, vejo-os todos. Quando não dá em canal aberto, é mais difícil vê-los em casa, geralmente vou até ao café.

Eu: Estabelece a sua agenda de forma a conseguir ver os jogos?

Sim, quando sei que tenho a oportunidade de ver o jogo, organizo o meu horário de forma a conseguir ver o jogo.

Eu: Prefere ver os jogos sozinho ou acompanhado?

Boa questão. Acho que prefiro ver acompanhado, sim, prefiro ver acompanhado.

Eu: Porquê que acha que os estádios estão vazios?

Em primeiro lugar, acho que os preços dos bilhetes são um pouco caro para a qualidade de vida portuguesa. Ou seja os preços até nem são muito caros, mas se estivéssemos a falar para outro país ou outro tipo de competitividade em termos de liga. Sei que os preços em Espanha são mais caros, sei que os preços em Inglaterra são bem mais caros, mas lá a qualidade de vida é bem superior à nossa.

Eu: As condições dos estádios têm relevância na sua decisão de ir ou não ao estádio?

Eu no meu caso nunca dei muito valor a isso, porque acho que o estádio da luz, que é o estádio que eu costumo ir, tem boas condições. Portanto, nunca foi algo em que tivesse pensado, mas sim, se o estádio não tivesse condições era possível que evitasse ir.

Eu: Não costuma ir ver jogos fora?

Não, não costumo ir ver jogos fora.

Eu: O dia e horário dos jogos, têm influência?

Não, aliás eu até acho que o horário dos jogos é o adequado. São a uma hora em que as pessoas, normalmente, já não estão a trabalhar, nomeadamente ao fins-de-semana em que as pessoas têm mais disponibilidade para organizar o fim-de-semana. Talvez aos fins-de-semana, se os jogos fossem um bocadinho mais cedo fosse mais fácil.

Eu: Não vê qualquer problema em haver jogos à segunda-feira à noite?

Jogos à segunda à noite são uma exceção e quando há jogos à segunda-feira à noite devo confessar que normalmente não me apetece nada ir ao estádio realmente.

Eu: O facto de o jogo ser transmitido na televisão, afasta as pessoas dos estádios?

Não, na verdade acho que não, porque quando os jogos eram transmitidos em canal aberto coincidia com a altura em que eu ia mais vezes ao estádio. Se é coincidência ou não, não sei, talvez seja.

Eu: O sucesso desportivo tem peso no facto de ir ou não ao estádio?

Muito peso, mesmo muito peso.

Eu: O facto de o seu clube empatar ou perder, altera-lhe o humor?

Sim, durante o jogo deixa-me completamente transformado, mas depois do jogo, comecei a treinar para tentar não ficar tão afetado com o resultado do jogo.

Eu: A violência e a segurança nos estádios são um fator dissuasor?

Acho ridículo, acho que o desporto é uma atividade para as pessoas se divertirem, não é para gerarem confusão, nem conflitos, nem violência. Se isso afasta as pessoas? Sim, acho que sim. Eu nunca senti insegurança, porque sempre tentei evitar as confusões. Tento não chegar com muita antecedência, chego em cima da hora e no final, deixo as pessoas saírem para depois sair de forma tranquila, ou tento sair mais cedo. Tento sempre evitar a confusão.

Eu: A qualidade do futebol praticado tem influência na decisão de ir ou não ao estádio?

Acho que é fundamental, aliás eu este ano considerei comprar o bilhete de época, apesar de o Benfica ter perdido tudo a época passada, porque achei que eles estavam a dar um espetáculo tão bom que me fez considerar seriamente. Mas após as minhas contas todas, achei que ainda não ia ser desta. Eu não sou sócio, mas de todas as vezes, esta última época foi a que me fez pensar mais seriamente em me fazer sócio e ir ao estádio mais assiduamente.

Eu: A interação social proporcionada pelo jogo tem influência na decisão de ir ou não ao estádio?

Sim tem, é espetacular.

Eu: Se tivesse companhia para ir ao estádio consigo, iria mais vezes?

Sim, claramente.

Eu: A sua namorada/mulher gosta de futebol?

Adora.

Eu: Vai ao estádio consigo?

Houve uma altura em que ia ao estádio comigo, mas depois deixou de ir. Penso que também tem a ver com as condições económicas.

Eu: Se o estádio fosse mais perto iria mais vezes?

Não, no meu caso não tem importância, só tenho de atravessar a cidade.

Eu: A acessibilidade e estacionamento são satisfatórios?

Estacionamento não há, só mesmo de transportes públicos.

Eu: Acha que o entretenimento proporcionado nos estádios vai ao encontro das expectativas?

Tudo o que envolve o jogo? Desde o próprio jogo, o aquecimento, animadores, etc.? Considero importante.

Se vai ao encontro das minhas expectativas? Sim, acho que sim, em relação ao entretenimento extrafutebol. No caso da componente técnico-tática, em Portugal nem sempre é bem jogado.

Eu: Acha que o entretenimento extrafutebol e interacção com os adeptos podia ser mais explorada?

Sim, acho que poderia ser um motivo que me puxava um bocadinho mais.

03/03/2014 > Entrevista com Luís Pedro

Eu: Para começar necessitava de saber a idade e habilitações literárias?

Tenho 26 anos e frequento o ensino superior.

Eu: É adepto de futebol?

Sim, correto.

Eu: Qual o seu clube e cidade?

Futebol clube do Porto e sou da cidade do Porto

Eu: Qual foi o principal motivo para se ter tornado portista?

Questões familiares e o facto de ser da minha cidade. Mas principalmente por motivos familiares.

Eu: Costuma assistir aos jogos no estádio?

Raramente, de vez em quando.

Eu: Quantas vezes foi ao estádio na última época?

Quatro ou cinco.

Eu: Porque razão não vai ao estádio?

Pelo preço dos bilhetes. Ainda sou estudante, não trabalho, por isso é complicado. Principalmente pelos preços dos bilhetes e depois pela qualidade do futebol. Quando a equipa está a jogar um futebol mais atrativo, sou capaz de ir mais vezes. Nos jogos grandes às vezes não vou por causa das confusões para entrar no estádio.

Eu: Em criança era habitual ir aos estádios?

Era, ia com o meu avô.

Eu: Qual a razão para ir ver esses jogos em detrimento de outros?

Às vezes a importância do jogo, se for um jogo decisivo. Outras vezes quando tenho facilidade em arranjar bilhetes, quando o preço é apelativo aproveito e vou. Por norma são por estas circunstâncias, a atratividade do jogo e quando os preços não são proibitivos.

Eu: Costuma assistir aos jogos em casa, na televisão?

Sim, quando não vou ao estádio, por norma vejo na TV.

Eu: Estabelece a sua agenda de forma a conseguir ver os jogos?

Depende, se o jogo for importante planeio de forma a conseguir ver. Mas por exemplo este ano, o campeonato não está a correr bem e por isso estou-me a marimbar se perco o jogo. Só nos jogos grandes ou competições europeia é que faço um esforço.

Eu: Prefere ver os jogos sozinho ou acompanhado?

Acompanhado.

Eu: Porquê que acha que os estádios estão vazios?

Em grande parte tem a ver com os preços dos bilhetes. Os preços aqui praticados comparado com o nível de vida em Portugal, estão acima da média europeia. Isto para os casos do Porto, Benfica e Sporting. Para os outros clubes da primeira liga, penso que não há tanta identidade com o clube local, como em Inglaterra ou Espanha, onde defendem o clube da terra independente de ser bom ou mau. Aqui acontece um pouco com o Guimarães, que até tem boas assistências, também talvez com Leixões e o Boavista.

Depois também acho que terá a ver com o motivo de o nosso campeonato ser pouco competitivo. O nosso campeonato é disputado apenas pelos 3 grandes, ou entre Benfica e Porto, mais recentemente. Um jogo Porto-Arouca, não é tão atrativo, o campeonato não é incerto até final para cativar mais pessoas ao estádio.

Eu: As condições dos estádios têm relevância na sua decisão de ir ou não ao estádio?

Para mim é relevante, por exemplo, eu já fiz decisões de ir ou não ao estádio pela localização onde vou estar. Por vezes prefiro pagar 20 ou 30 € pelo bilhete para não ficar atras da baliza. Para isso, prefiro ver em casa. Às vezes as condições do estádio ou a localização do lugar influencia em mim. Se for um estádio com más condições, também me faz pensar em ir. Ainda há pouco tempo tive oportunidade de ir ao estádio Coimbra, mas o relvado estava deplorável, porque tinha visto na televisão, e por isso não fui. Já sabia que não ia ser um grande jogo de futebol. Por isso, influencia a minha decisão. Principalmente no inverno ir para um estádio com má infraestruturas e rapar frio e levar com chuva não é cativante. Mesmo no estádio do Dragão, este ano, já houve um jogo que não fui pelo frio.

Eu: O dia e horário dos jogos têm influência?

Não, para mim não é fator. Mas compreendo que para outras pessoas, que trabalhem, principalmente os jogos internacionais, a meio da semana, que influencie.

Eu: O facto de o jogo ser transmitido na televisão, afasta as pessoas dos estádios?

Sim, se calhar é o que mais influencia. Se fosse adepto de um clube que não tivesse transmissões televisivas, provavelmente iria mais vezes ao estádio para ver como o clube se estava a sair. Penso que tem grande influência. Essa penso ser a razão para alguns clubes pequenos da segunda liga, na campanha para a subida têm os estádios bem compostos e depois de subir à primeira liga, começam a ter os jogos transmitidos e ficam com o estádio vazio.

Eu: O sucesso desportivo tem peso no facto de ir ou não ao estádio?

Sim, claro que influencia. Eu tenho mais vontade de ir ao estádio quando o clube está a ter sucesso. Para mim até mais que o sucesso desportivo, o que me influencia é o futebol da equipa. Se os resultados estiverem a ser maus, mas a equipa até joga um bom futebol e vê-se uma equipa aguerrida, ainda sou capaz de ir ver o jogo, agora quando se conjugam os dois fatores é que é mau. Mas, por exemplo, quando o Porto ganhou a Liga Europa, ou antes a Champions, lembro-me perfeitamente que o que mais queria era ir ao estádio. Andava tudo empolgadíssimo. É normal, o sucesso desportivo é um fator importantíssimo.

Eu: A qualidade do futebol praticado tem influência na decisão de ir ou não ao estádio?

Sim, foi o que eu já disse, atualmente o Porto está a jogar pessimamente e não tenho a mínima vontade de ir ao estádio. Já tive situações em que me ofereceram bilhete e não fui, porque ainda fico mais aborrecido do que ver em casa. Em casa quando me aborreço, mudo de canal.

Eu: O facto de o seu clube empatar ou perder, altera-lhe o humor?

Altera, mas momentaneamente. Também depende do tamanho da derrota, mas por norma não afeta muito. Os adeptos do Porto por norma não têm muitas razões para se aborrecerem.

Eu: A violência e a segurança nos estádios são um fator dissuasor?

Tem principalmente nos jogos grandes. Já fui várias vezes À luz e nunca tive problemas, mas todo o aparato que é criado e as faltas de civismo de um lado e outro o que obriga a ter que ser “acantonado” faz-

me pensar em ir ou não. Mesmo nos jogos em casa, aborrece, há mais confusão, mais gente... tem algum peso.

Eu: A interação social proporcionada pelo jogo tem influência na decisão de ir ou não ao estádio?

Não, a mim não, mas entendo, pelo menos tenho essa percepção acho que muita gente tem essa vertente. É normal ver à minha volta pessoas que nota-se perfeitamente que não se conhecem na sua vida particular, mas que no estádio como se sentam no mesmo local já trocam impressões com o adepto do lado.

Eu: Se tivesse companhia para ir ao estádio consigo, iria mais vezes?

Para mim não, muitas vezes tenho companhia, convidam-me e mesmo assim não vou.

Eu: a Distância e as acessibilidades?

Para mim não, estou perto, estou a 10 minutos do estádio. A questão do estacionamento é que influencia, principalmente se estiver a chover, como já sei que tenho de estacionar o carro longe e tenho de ir a pé à chuva, então se o jogo não for importante, sou mesmo capaz de não ir.

Eu: Acha que o entretenimento proporcionado nos estádios vai ao encontro das expectativas?

Já foi mais, quando eu era miúdo achava mais piada às coisas que se fazem antes do jogo, mas depois aquilo torna-se tão repetitivo que já nem ligo ao que fazem. A não ser nos jogos mais importantes em que inovam qualquer coisa, de resto já me passa ao lado.

Eu: Acha que o entretenimento extrafutebol e interação com os adeptos podia ser mais explorada?

Sim, acho que sim. Estas coisas costumam ser contagiosas, nós vemos os estádios em Inglaterra e aquilo é contagioso. Os adeptos estão tão envolvidos com o jogo que aquilo passa para dentro das quatro-linhas e acaba por ser um jogo mais bem disputado, mais viril até. E às vezes pessoas que vão ao estádio, por exemplo, um adepto português que por norma é mais contido, se for a um estádio inglês, rapidamente é absorvido por aquele ambiente e começa também a cantar e entrar noutra forma de interação com o jogo. Agora não vejo o que se possa fazer para mudar o tipo de interação dos adeptos com o jogo. Lembro-me por exemplo, no mundial da Coreia, que criaram grupos de pessoas, que penso que eram pagas, para estar a apoiar determinada seleção para criar pequenas bolhas no estádio que contagiassem o resto do estádio. Até pode haver algum interesse os clubes meterem por exemplo os atletas das camadas jovens espalhadas pelo estádio para apoiarem efusivamente e contagiar o resto dos adeptos. Penso que seria um fator que atrairia mais adeptos, ao ver jornada após jornada o estádio mais composto, a puxar pela equipa e a criar aquele ambiente de festa com cânticos porreiros, de certeza que atrairia mais adeptos. Como se nota, quando há um grande jogo e as pessoas em casa arrependem-se de não terem ido ao estádio. Se no geral o ambiente dos estádios fosse mais festivos mais apelativos, penso que atrairia mais pessoas.

Eu: A alegada falta de transparência no futebol, pensa que afasta as pessoas do estádio?

Do ponto de vista decisivo, acho que não. Penso que juntamente com outros fatores pode influenciar. Depende também do sucesso da equipa. As pessoas gostam mesmo é de ganhar, se o seu clube estiver a ganhar esquecem-se logo se na época passada foi prejudicada. Quando está a perder, afastam-se pelas derrotas e não por ser prejudicada pelos árbitros.

08/03/2014 > Entrevista com Nelson Luz

Eu: Para começar necessitava de saber a idade e habilitações literárias?

Tenho 35 anos e tirei o Licenciatura, falta-me a tese de mestrado.

Eu: É adepto de futebol?

Sim, correto.

Eu: Qual o seu clube e cidade?

Cidade do Porto, Leixões Sport Club.

Eu: Qual foi o principal motivo para se ter tornado leixonense?

O meu avô, desde tenho um ano que sigo o leixões para todo o lado.

Eu: Costuma assistir aos jogos no estádio?

Todos sempre que posso, sigo o leixões para todo o lado.

Eu: Quantas vezes foi ao estádio na última época?

Sempre que posso.

Eu: Porque razão não vai ao estádio?

Doença.

Eu: Em criança era habitual ir aos estádios?

Sempre.

Eu: Estabelece a sua agenda de forma a conseguir ver os jogos?

De preferência.

Eu: Prefere ver os jogos sozinho ou acompanhado?

Indiferente, desde que eu assista.

Eu: Porquê que acha que os estádios estão vazios?

Porque o futebol não é honesto. Como não há honestidade no futebol, e temos agora como exemplo, a reunião de presidentes, onde é visível as duas facções, onde os compadrios com os clubes grandes levam os outros atrás, em vez de se preocupam com os interesses do próprio clube. Automaticamente os adeptos perdem o interesse. Já os grandes, perdem adeptos, porque os grandes só são grandes quando ganham. Ainda agora vê-se esta fase do Porto com 12 e 14 mil pessoas no estádio. E isto está tudo inerente ao compadrio que existe no futebol, porque os dirigentes não se preocupam com o próprio clube, mas sim em não se prejudicarem junto dos outros e isso mais cedo ou mais tarde acaba por afastar os adeptos.

Não têm a visão de ver os seus clientes e adeptos, estando mais preocupados com as negociatas.

Eu: As condições dos estádios têm relevância na sua decisão de ir ou não ao estádio?

Para mim não, mas acredito que para muita gente possa ter.

Eu: Acha que em Portugal as condições dos estádios são um problema?

São, de uma forma global são.

Eu: Costuma ir ver jogos fora?

Sim, costumo acompanhar sempre o Leixões.

Eu: O preço dos bilhetes?

Atualmente não, até um ou dois anos atrás sem dúvida nenhuma. Atualmente não acho que seja esse um facto dissuasor. Estou a falar de uma forma geral, do que eu conheço dos preços praticados, tirando algumas exceções, não acho que seja um fator dissuasor.

Eu: O dia e horário dos jogos têm influência?

Admito que sim, principalmente as 6^{as} feiras e 2^{as} feiras.

Eu: O facto de o jogo ser transmitido na televisão, afasta as pessoas dos estádios?

A mim não, mas sem dúvida que os estádios ficam mais vazios. Sempre que vou aos estádios e o jogo é transmitido na televisão os estádios estão mais vazios.

Eu: O sucesso desportivo tem peso no facto de ir ou não ao estádio?

Também, mas isso é uma velha característica. Nós em Portugal não gostamos de futebol, gostamos que o nosso clube ganhe, o que é diferente. Automaticamente, se o clube não ganha, deixamos de ir aos estádios e de assistir a futebol, o que está mal, porque se nós gostássemos de futebol e também do nosso clube estaríamos sempre presentes

Eu: O facto de o seu clube empatar ou perder, altera-lhe o humor?

Depende, se perdermos ou empatarmos por manifesto azar, ou por estar em dia não, mas que eu veja que a equipa lutou, dificilmente. Se for por falta de ambição, falta de agressividade no jogo, sem dúvida nenhuma.

Eu: A violência e a insegurança nos estádios são um fator dissuasor?

Sem dúvida nenhuma.

Eu: A violência e a insegurança nos estádios acha que existe mesmo ou é um mito criado pelos media?

Em Portugal é um mito, pode existir um foco ou outro, mas em Portugal é um mito. Não considero que haja violência no futebol português.

Eu: A qualidade do futebol praticado tem influência na decisão de ir ou não ao estádio?

Tem, sem sombra de dúvida.

Eu: A interação social proporcionada pelo jogo tem influência na decisão de ir ou não ao estádio?

Deveria e antigamente era o acontecia. Desde que a questão da televisão a contornar os horários e os dias dos jogos, começou a perder-se esta cultura. No caso do Leixões, desde que começou a ser transmitido na televisão domingo de manhã, deixou de haver a tradição e as pessoas ao domingo de manhã iam à missa, depois tinham o almoço de família e à tarde iam todos ao estádio.

Eu: A acessibilidade e distância?

Pode ser dissuasor. Todos os clubes que tinham estádios no centro da cidade e mudaram-se para a periferia, perderam muitos adeptos, por isso considero que é um fator muito importante, sem dúvida nenhuma. Nos jogos em casa tem importância.

Eu: Acha que o entretenimento proporcionado nos estádios vai ao encontro das expectativas?

Para mim é secundário, mas admito que para alguns adeptos pode ser importante. Para mim não é um facto importante, nem é o que me leva aos estádios.

Eu: Acha que mais alguma situação atue de forma dissuasora?

É o que eu disse no início, há uma despreocupação total com os adeptos, falta transparência dos clubes é um outro fator que afasta o público dos estádios. O único presidente que eu vejo na praça pública a defender o seu clube e os seus adeptos seja contra quem for, é o do Gil Vicente. Pode ser só fachada, mas para o adepto é importante ver estas atitudes. No dirigismo desportivo falta muito clubismo, vontade de defender o que é nosso e acabar-se de vez com o compadrio e as negociatas.

Isto acaba por afastar os adeptos, temos o caso flagrante do Guimarães, que era um clube com mística, adeptos fieis e estádio cheio e hoje em dia, nos jogos fora, só vai a claque. Recebem o Porto e têm 12mil adeptos no estádio, e tinham a obrigação de meter pelo menos 20mil.

Um dos principais culpados é também, sem sombra de dúvida, a comunicação social, porque só olha para os 3 grandes e só fala dos 3 grandes. E nisto os clubes pequenos também têm culpa, porque se os pequenos estivessem unidos, os grandes não existiam em termos de decisão. Mas depois entram os compadrios para receberem os jogadores emprestados. A comunicação social abafa isto tudo desde que os grandes ganhem.

Não se percebe a distribuição da receita das transmissões televisivas, porque se há 38 equipas nos campeonatos profissionais, e se há um bolo de 20 milhões de euros, deveriam ser os 20 milhões a dividir pelas 38 equipas e não dos 20, 10 milhões vão para o Benfica, 8 vão para o Porto e o Sporting, porque são os que dão mais audiências. A Liga não tem que olhar a audiências, tem que olhar ao espetáculo e criar condições para que os clubes sejam lucrativos e deem um bom espetáculo de futebol. A Alemanha tem os estádios cheios e em Janeiro, só um clube não tinha dado lucro desde o início da época, todos os outros 17 tinha saldo positivo. Nós só estamos preocupados em olhar para o próprio umbigo e não trabalhar para um bem comum.

15/03/2014 > Entrevista com Nuno Moutinho

Eu: Para começar necessitava de saber a idade e habilitações literárias?

Tenho 39 anos e doutoramento em Economia

Eu: É adepto de futebol?

Sou.

Eu: Qual o seu clube e cidade?

Feirense, de Santa Maria da Feira

Eu: Qual foi o principal motivo para se ter tornado adepto do feirense?

Foi desde infância, residir lá, ir a alguns treinos com o meu pai. Apesar de já não morar na Feira, continuo a seguir o Feirense.

Eu: Costuma assistir aos jogos no estádio?

Sim, de vez em quando vou, não tanto gostaria, mas sempre que tenho oportunidade, vou.

Eu: Quantas vezes foi ao estádio na última época?

Na última, fui 3 vezes

Eu: Porque razão vai ao estádio? Porquê esses 3 e não outros?

Por lazer. É uma conjugação de agenda, nem sempre tenho disponibilidade., e o jogo em si também ter algum interesse. É certo que jogos que não servem para nada, não sejam atrativos do que jogos que tenham a manutenção em jogo ou algo decisivo.

Eu: Em criança era habitual ir aos estádios?

Sim, fui muito.

E: Porque razão não vai ao estádio mais vezes?

Essencialmente é falta de disponibilidade. Não acho os bilhetes caros, quando não vou é mesmo porque não posso. Sempre que posso, gosto de ir. Eu gosto particularmente do desporto também. Esteja em qualquer parte do mundo e se houver um jogo de futebol interessante e bilhetes a um custo não proibitivo procuro ir também.

Eu: Costuma assistir aos jogos em casa, na televisão?

Sim, também. O feirense não dá muitos jogos, mas dá alguns. Alguns canais de clubes transmitem, ainda há pouco tempo vi na net na marítimo TV o marítimo b – feirense. Na sportv dá alguns e também acompanho muito pela Rádio.

Eu: Estabelece a sua agenda de forma a conseguir ver os jogos?

Sim, nalguns casos sim. Por exemplo, sou católico praticante e a ida à missa é quase sempre condicionada por estar a haver jogos. Mas há outros compromissos que não consigo condicionar pelo futebol. Jogos ao sábado à tarde para mim é complicado ir, mas sempre que é possível adaptar à agenda, faço isso.

Eu: Prefere ver os jogos sozinho ou acompanhado?

Acompanhado claro. O consumo dos jogos é tipicamente muito melhor acompanhado.

Eu: Porquê que acha que os estádios estão vazios?

Eu não diria que os estádios estão vazios. Eu diria que os estádios dos clubes, tirando os 3 grandes, estão vazios. Acho que a credibilidade do futebol em Portugal é baixa. Os rendimentos também não abundam,

os portugueses têm que fazer algumas opções e cortar nalgum consumo de lazer e o futebol é afetado também por isso. De resto não vejo mais motivos. Acho que o futebol praticado em Portugal é atrativo, acho que os bilhetes não são muito caros, os estádios são bons. Acho é que há algum alheamento, perdeu-se a paixão pelo jogo e se calhar fazerem outras opções, em vez de irem aos estádios fazem a subscrição da sportv ou Benfica TV ou ambas para poderem ver os jogos todos.

Eu: As condições dos estádios têm relevância na sua decisão de ir ou não ao estádio?

Eu acho que tem, mas não creio que em Portugal o peso seja esse. Sinceramente de uma forma global acho que os estádios têm boas condições e acho que os clubes têm feito melhorias nesse aspeto e as coisas têm vindo a melhorar

Eu: O preço dos bilhetes têm relevância na sua decisão de ir ou não ao estádio?

Eu considero que o preço não é alto. Agora para algumas pessoas é alto, mas seria sempre, fosse qual fosse o valor do bilhete. Mas, não me parece que os preços dos bilhetes sejam demasiado altos, há outros fatores relacionados com o showbiz em Portugal que é preciso acautelar.

Eu: O dia e horário dos jogos têm influência?

Isso é que eu acho que condiciona muitíssimo. Acho que o consumo de espetáculos deste género é para ser feito em família, pela experiência deve-se levar a família toda e isso era muito mais fácil se os jogos fossem ao sábado à tarde ou ao domingo à tarde. E os números em Portugal demonstram isso, sempre que os grandes jogos nesses horários, têm aumentado o número de adeptos nos estádios. E têm também criados pacotes para famílias para proporcionar este tipo de consumo.

Eu: O facto de o jogo ser transmitido na televisão, afasta as pessoas dos estádios?

Sim, isso também é possível, parece-me obvio. Mas hoje em dia, um jogo das equipas grandes não ser transmitido é quase impossível. Agora num clube mais pequeno, isso pode afastar o público. Mas é assim quando um clube pequeno joga em casa, raramente os adeptos compraram bilhete para aquele jogo em particular, normalmente compram bilhetes de época, porque são sócios e adeptos que querem contribuir para o clube. Acho que isso é um fator relevante, mas menos importante como o caso dos horários.

Eu: O sucesso desportivo tem peso no facto de ir ou não ao estádio?

Claro, isso já se sabe, não tenho a menor dúvida. Há adeptos que só vão quando a equipa está a jogar bem e na maré de cima. Agora, o sucesso pode ser medido de várias formas, às vezes não é apenas a simples vitória, também poderá ser pela qualidade do futebol, são múltiplos fatores que se relacionam.

Eu: O facto de o seu clube empatar ou perder, altera-lhe o humor?

Sim, claro altera.

Eu: A violência e a segurança nos estádios são um fator dissuasor?

Claro, claro que sim. Mas acho que em Portugal, não temos problemas. Excetuando o Dragão, que raramente lá vou porque já tive alguns problemas nas Antas e no Dragão, nunca me senti mal em nenhum estádios, não me parece que haja violência.

Eu: A qualidade do futebol praticado tem influência na decisão de ir ou não ao estádio?

Sim, acho que a qualidade está relacionada com o sucesso e para alguns adeptos é mais importante a questão da qualidade do futebol. Se a equipa praticar um futebol pouco empolgante, os adeptos ocupam esse tempo a fazer outra coisa.

Eu: A interação social proporcionada pelo jogo tem influência na decisão de ir ou não ao estádio?

Eu acho que, nos jogos em casa das equipas pequenas, acho que sim. As pessoas já têm os lugares cativos, e já vão para conversar e conviver com os outros. No Feirense acontece muito isso.

Eu: Se tivesse companhia para ir ao estádio consigo, iria mais vezes?

Sim, isso é óbvio. Se uma pessoa for desafiada por um amigo, vai mais facilmente do que se fosse sozinho. A ida a espetáculos deste género é claramente de grupo ou de família.

Eu: Se o estádio fosse mais perto iria mais vezes?

Isso também me parece ser importante, e no meu caso iria muito mais. Uma das razões que me fez ir mais vezes foi a construção da CREP, porque antes demorava 1 hora a chegar ao estádio e agora demoro meia hora.

Eu: Acha que o entretenimento proporcionado nos estádios vai ao encontro das expectativas?

Vai, claro. É óbvio que sim, já sei para o que vou, seria mal se as expectativas não fossem ao encontro. É uma forma de nos alhearmos do stress do dia-a-dia.

Eu: Acha que o entretenimento extrafutebol e interação com os adeptos podiam ser mais explorados?

Eu acho que os clubes já fazem o suficiente nesse ramo. Acho que há outros fatores que devem ser trabalhados. Mas é claro que quanto maior for o divertimento proporcionado pela ida ao futebol, maior será a vontade das pessoas em ir.

Eu: Acha que a falta de credibilidade do futebol em Portugal, afasta os adeptos?

É, eu acho que sim, há muito o sentimento, e isso é incrível, basta vermos jogos em diferentes países para observarmos isso. Vamos ver um jogo em Portugal e aos 30 segundos do jogo estamos a insultar o árbitro, noutros países há apenas o apoio à equipa, não se parte do princípio que o árbitro nos está a prejudicar, aqui parte-se sempre desse pressuposto.

Eu: Gostaria de acrescentar mais alguma informação?

Penso que no futebol em Portugal, e não só aqui, há dois grupos diferentes de clubes, os grandes e os outros. A motivos da ida ou não ida aos estádios dos clubes grandes e dos clubes locais, parecem-me que deverão ser diferentes, porque são dois tipos de consumo diferentes e devem ser fenómenos diferentes.

16/03/2014 > Entrevista com Miguel Santos

Eu: Para começar necessitava de saber a idade e habilitações literárias?

Tenho 25 anos e mestre em Marketing pela FEP

Eu: É adepto de futebol?

Claro

Eu: Qual o seu clube e cidade?

O meu clube é o Porto e sou de Lisboa

Eu: Qual foi o principal motivo para se ter tornado portista?

Foi influência do meu avô.

Eu: Costuma assistir aos jogos no estádio?

Difícilmente, normalmente quando vou ao porto. Uma vez por ano talvez.

Eu: Quantas vezes foi ao estádio na última época?

Na última, acho que não fui nenhuma.

Eu: Porque razão não vai ao estádio?

Para mim a principal razão para não ir, é por estar longe e porque gosto de ver os jogos em casa.

Eu: Em criança era habitual ir aos estádios?

Fui 3 ou 4 vezes com o meu avô, quando ia ao porto.

Eu: Costuma assistir aos jogos em casa, na televisão?

Vejo sempre que posso, a não ser que haja um imponderável, mas costumo ver todos.

Eu: Estabelece a sua agenda de forma a conseguir ver os jogos?

Sim, tento que sim.

Eu: Prefere ver os jogos sozinho ou acompanhado?

Prefiro ver acompanhado.

Eu: Porquê que acha que os estádios estão vazios?

Os estádios estão vazios por 3 razões., na minha opinião. Primeiro porque o futebol praticado em Portugal anda com muita pouca qualidade. Em segundo, acho que é pelo horário que promovem para os jogos, acho que era mais saudável, principalmente, aí no Porto durante o inverno, que os jogos ocorressem ao fim de semana, durante a tarde. Por fim acho que é questão do preço, que também não é alheio à situação de crise que estamos a passar.

Eu: As condições dos estádios têm relevância na sua decisão de ir ou não ao estádio?

Sim, acho que influenciam, um estádio com boas condições fazem com as pessoas vão mais facilmente aos jogos.

Eu: O facto de o jogo ser transmitido na televisão, afasta as pessoas dos estádios?

No meu caso não tem, porque eu estando longe, dificilmente posso ir ao estádio. Agora acredito que para quem seja de perto, é sempre um conforto poder ver em casa, mas acho que não é o principal ponto.

Eu: O sucesso desportivo tem peso no facto de ir ou não ao estádio?

Sim, acho que tem. Mas, por exemplo, eu quando vivi aí no Porto, foi uma má época, o Benfica foi campeão, e eu tinha lugar anual. Às vezes também não é isso que afasta os verdadeiros fãs.

Eu: O facto de o seu clube empatar ou perder, altera-lhe o humor?

Sim.

Eu: A violência e a segurança nos estádios são um fator dissuasor?

Em alguns jogos sim.

Eu: A qualidade do futebol praticado tem influência na decisão de ir ou não ao estádio?

Esse para mim, para além da questão do clubismo, é o principal. Num jogo, em Janeiro, ir ver um jogo com uma temperatura de 3 ou 4 °C, ir ver um jogo que fica zero-zero e onde não há qualidade no futebol, deixa de motivar as pessoas.

Eu: A interação social proporcionada pelo jogo tem influência na decisão de ir ou não ao estádio?

Sim, acho que é um dos fatores que influencia mais a experiência é o facto de estar ali rodeado de pessoas e ver como é que reagem e não reagem. Faz parte da experiência de ir ao estádio e acho que afeta positivamente.

Eu: Se tivesse companhia para ir ao estádio consigo, iria mais vezes?

Sim, se tivesse aqui um amigo mais maluco que me desafiasse umas quantas vezes para ir, provavelmente iria mais vezes.

Eu: Se o estádio fosse mais perto iria mais vezes?

Sim, no meu caso, se o estádio fosse perto, iria muitas mais vezes.

Eu: Acha que o entretenimento proporcionado nos estádios vai ao encontro das expectativas?

Isso, sinceramente, não é o que procuro quando vou ver um jogo de futebol, por isso não em afeta.

Eu: Acha que o entretenimento extrafutebol e interação com os adeptos podiam ser mais explorados?

Acho que é positivo que atrai também outro tipo de público que dá importância a isso, a mim não me afeta muito.

Eu: Acha que a alegada falta de transparência no futebol afasta as pessoas dos estádios?

Isso, eu acho que sim, claramente, as pessoas sentirem que há um desnível brutal de condições e falta de transparência em tudo o que se passa no futebol, descredibiliza a modalidade e faz com que as pessoas deixem de ter tanta vontade. Quando as coisas correm mal, os adeptos até podiam continuar a apoiar a equipa, mas quando sentem que há outras coisas por trás, perdem a vontade de ir.

Eu: Acha que há mais algum factor que pode influenciar os adeptos na decisão de ir ou não ao estádio?

Acho que há um fator importante, que no Porto ficou felizmente resolvido que é questão do transporte para os estádios. Acho que é um fator muito importante haver bons acessos.

22/03/2014 > Entrevista com Susana Faria

Eu: Para começar necessitava de saber a idade e habilitações literárias?

42 anos, tenho doutoramento.

Eu: É adepto de futebol?

Sim, gosto de ver.

Eu: Qual o seu clube e cidade?

O meu clube é o Benfica, a cidade é Porto.

Eu: Qual foi o principal motivo para se ter tornado benfiquista?

Por questões familiares

Eu: Costuma assistir aos jogos no estádio?

Não

Eu: Quantas vezes foi ao estádio na última época?

Nenhuma.

Eu: Porque razão não vai ao estádio?

Não gosto muito, gosto mais de ver na TV. Aos jogos que fui, foram da seleção.

Eu: Em criança era habitual ir aos estádios?

Não.

Eu: Costuma assistir aos jogos em casa, na televisão?

Sim, alguns, não são todos, com as equipas mais importantes.

Eu: Estabelece a sua agenda de forma a conseguir ver os jogos?

Não.

Eu: Prefere ver os jogos sozinho ou acompanhado?

Prefiro ver acompanhada, de preferência com pessoas do clube adversário.

Eu: Porquê que acha que os estádios estão vazios?

Uma das razões tem a ver com a própria crise. Outra razão, acho que é porque as pessoas estão um pouco desanimadas com o futebol. Já não acreditam no futebol, as equipas quando começa a jogar mal, os adeptos deixam de ter interesse.

Eu: As condições dos estádios têm relevância na sua decisão de ir ou não ao estádio?

Não lhe sei responder.

Eu: O preço dos bilhetes têm relevância na sua decisão de ir ou não ao estádio?

Sim, claramente.

Eu: O dia e horário dos jogos têm relevância na sua decisão de ir ou não ao estádio?

Sim, também tem.

Eu: O facto de o jogo ser transmitido na televisão, afasta as pessoas dos estádios?

Também tem, penso que sim.

Eu: O sucesso desportivo tem peso no facto de ir ou não ao estádio?

Sim, afeta tanto positivamente como negativamente.

Eu: O facto de o seu clube empatar ou perder, altera-lhe o humor?

Não.

Eu: A violência e a segurança nos estádios são um fator dissuasor?

Sim, também influencia.

Eu: A qualidade do futebol praticado tem influência na decisão de ir ou não ao estádio?

Sim, acho bastante importante.

Eu: A interação social proporcionada pelo jogo tem influência na decisão de ir ou não ao estádio?

Menos, mas eu penso que para algumas pessoas sim.

Eu: Se tivesse companhia para ir ao estádio consigo, iria mais vezes?

Sim, provavelmente.

Eu: Se o estádio fosse mais perto iria mais vezes?

Sim, talvez.

Eu: Acha que o entretenimento proporcionado nos estádios vai ao encontro das expectativas?

Sim, é engraçado, gostei.

Eu: Acha que a alegada falta de transparência no futebol afasta as pessoas dos estádios?

Sim, acho que sim.

25/03/2014 > Entrevista com Rui Orlando

E: Costuma assistir aos jogos nos estádios?

Algumas vezes, não muitas, porque profissionalmente não tenho grande disponibilidade.

E: qual é o seu clube e a sua cidade?

A minha cidade é o Porto, clube não tenho.

E: Quando vais aos jogos, porque vai?

Vou por gosto pela modalidade.

E: E porque não vai?

A minha situação é específica, eu trabalho quase sempre que há jogos e isso é o meu maior impedimento. Tentando imaginar-me disponível para ir aos jogos, eu acho que o que pesaria significativamente para não ir aos jogos todos, é o facto de ser caro ir ao futebol.

E: Em criança era habitual ir aos jogos?

Sim.

Eu: Estabelece a sua agenda de forma a conseguir ver os jogos?

Estabeleço a minha agenda de forma a conseguir ver os jogos principais do futebol português.

Eu: Prefere ver os jogos sozinho ou acompanhado?

No estádio acompanhado, mas em casa preferencialmente sozinho

Eu: Porquê que acha que os estádios estão vazios?

O principal facto acho que é preço dos bilhetes. O futebol pode ser um atividade para ser consumida em família e daí au achar que é complicado tornar futebol como um momento de lazer frequente, porque os preços são caros comparativamente com o nível de vida em Portugal. Porque também não é só os bilhetes, também o custo de deslocação e até a possibilidade de ter que se fazer uma refeição fora de casa. Adicionando a isto, acho que os estádios estão vazios porque somos um país pequeno de 10M de habitantes, e temos 16 clubes profissionais na 1ª liga, mais 22 na 2ª liga e é esta população que tem que alimentar esta indústria. Se compararmos com o caso da Catalunha, por exemplo, tem também 10M de habitantes e tem essencialmente 2 clubes profissionais, o Barcelona e o Espanhol, muito mais facilmente enchem os estádios. Cá, só se verifica isso nos 3 grandes que têm um público bem mais abrangente. Acho que o poder de compra tem muito a ver com isso, grande parte da assistência que vemos nos estádios internacionais, são bilhetes de época, no início de cada época, os clubes já têm assegurado quase toda a lotação. Isso revela, por um lado uma maior disponibilidade financeira das pessoas e também porque o universo de pessoas para comprar esses bilhetes é muito maior do que em Portugal.

Eu: As condições dos estádios têm relevância na sua decisão de ir ou não ao estádio?

Regra geral, em Portugal são ótimos. Temos algumas discrepâncias, mas a média bastante boa. Temos alguns clubes que têm menos recursos para melhorar as infraestruturas, mas na essência temos condições satisfatórias.

Eu: O dia e horário dos jogos, tem influência?

Eu penso que na esmagadora maioria dos casos não. Embora considere que evidentemente, há situações limite, jogos muito tarde ao domingo, por levar a que algumas pessoas optem por não ir. Mas regra geral, não acho que seja um fator inibitório.

Eu: O facto de o jogo ser transmitido na televisão, afasta as pessoas dos estádios?

Acho que não, a comprová-lo estão as assistências dos outros países, onde os jogos são todos transmitidos e os estádios estão cheios.

Eu: O sucesso desportivo tem peso no facto de ires ou não ao estádio?

Tem influencia, isso parece-me que tem muita influência.

Eu: A violência e a segurança nos estádios são um fator dissuasor?

Também tem um peso significativo, sobretudo para uma decisão que envolva levar a família, os filhos.

Eu: A qualidade do futebol praticado tem influência na decisão de ir ou não ao estádio?

Eu acho que a qualidade do futebol praticado em Portugal é boa. Evidentemente sofremos com o nosso contexto económico e temos a necessidade de vender os melhores jogadores e os clubes perderem os ídolos e estarem constantemente a construir novos ídolos. Mas penso que a qualidade do futebol praticado é boa, acho é que a qualidade do espetáculo perde qualidade pela falta de assistência. Até o próprio jogo, por veze denota uma falta de exigência vinda das bancadas.

Eu: distância e acessibilidades têm influência na decisão de ir ou não ao estádio?

Não, penso que não, na esmagadora maioria dos casos não. Somos um país pequeno, as distâncias são curtas, os estádios são na sua maioria dentro das cidades.

Eu: A interação social proporcionada pelo jogo tem influência na decisão de ir ou não ao estádio?

Não me parece, sobretudo porque em Portugal o que move a ida do adepto ao estádio, não é a paixão pelo jogo, nem pelo estádio, essencialmente o que move o adepto é a paixão pelo seu clube, tem mais a ver com essa relação emocional, do que pelo prazer do espetáculo ou da interação social.

Eu: Acha que o entretenimento proporcionado nos estádios vai ao encontro das expectativas?

Hoje nos melhores estádios temos uma envolvente que ajuda a passar melhor os tempos de espera. Mas nós não temos muito a cultura de esperar como os americanos têm, por exemplo, nos grandes espetáculos, tentam mobilizar os adeptos muito antes os adeptos e à volta do espetáculo fazer outro tipo de ofertas que os levem a consumir outros produtos. Nós não temos essa cultura, os adeptos deslocam-se para ver o jogo, tentam perder o mínimo tempo possível e acho que não estão disponíveis para outros produtos. Os exemplos, em Portugal, onde já se tentou fazer, nas inaugurações dos estádios, apresentações de equipas, tem-se verificado que por si só isso não demonstra muita capacidade mobilizadora.

Eu: Acha que a falta de credibilidade do futebol em Portugal, afasta os adeptos?

Eu não tenho nenhuma dúvida que os problemas de desconfiança em relação a um produto não podem ser positivos. É algo que, do ponto de vista do negócio, poderá afetar e desmobilizar o público.

Eu: Gostaria de acrescentar mais alguma informação?

Acho que os pontos relevantes estão todos abordados. Mas acho que o número de adeptos que vão semanalmente aos estádios, em relação à nossa população, são números positivos e na média europeia.

12/04/2014 > Entrevista com Rita Dinis

Eu: Para começar necessitava de saber a idade e habilitações literárias?

Tenho 27 anos e mestrado

Eu: É adepto de futebol?

Sim, correto.

Eu: Qual o seu clube e cidade?

Futebol clube do Porto e sou da cidade do Porto

Eu: Qual foi o principal motivo para se ter tornado Portista?

Acho que o meu pai, por me obrigar a ir ao estádio com ele

Eu: Quantas vezes foi ao estádio na última época?

Meia época, tinha lugar anual

Eu: Porque razão vai ao estádio?

Porque é diferente de ver em casa, e é um espaço onde vez as pessoas. Problemas da vida não entram no estádio.

Eu: Em criança era habitual ir aos estádios?

A primeira vez que fui tinha 12 anos.

Eu: Porque razão não vai ao estádio?

Dinheiro.

Eu: Costuma assistir aos jogos em casa, na televisão?

Sim, sempre que não vou ao estádio-

Eu: Estabelece a sua agenda de forma a conseguir ver os jogos?

Os jogos importantes sim.

Eu: Prefere ver os jogos sozinho ou acompanhado?

Acompanhado.

Eu: Porquê que acha que os estádios estão vazios?

As pessoas têm de optar entre ir ao estádio ou dar de comer aos filhos.

Eu: As condições dos estádios têm relevância na sua decisão de ir ou não ao estádio?

Acho que não tem muita interferência. Pelo menos antes os jogos não tinham condições nem cobertura e as pessoas iam na mesma e os estádios estavam cheios.

Eu: O dia e horário dos jogos, tem influência?

Nesta época, tem sido sempre ao mesmo dia e à mesma hora, mas no verão deviam ser a meio da tarde para não gastarem tanta luz. Mas têm importância também.

Eu: O facto de o jogo ser transmitido na televisão, afasta as pessoas dos estádios?

Não, porque agora as pessoas também têm de pagar para ver o futebol.

Eu: O sucesso desportivo tem peso no facto de ir ou não ao estádio?

Sim, bastante, as pessoas não vão ao estádio se estiverem tristes com o seu clube.

Eu: A qualidade do futebol praticado tem influência na decisão de ir ou não ao estádio?

Tem muita influência, não vou ver um jogo de futebol que saiba que não tem qualidade.

Eu: O facto de o seu clube empatar ou perder, altera-lhe o humor?

Não, a mim não.

Eu: A violência e a segurança nos estádios são um fator dissuasor?

A mim não, mas penso que haverá gente que tem um certo receio. A minha mãe tem, por exemplo

Eu: A interação social proporcionada pelo jogo tem influência na decisão de ir ou não ao estádio?

Tem, principalmente para quem tem lugar anual, porque já conhece o vizinho do lado.

Eu: Se tivesse companhia para ir ao estádio consigo, iria mais vezes?

Depende dos preços dos bilhetes, mas sim. Já tive algumas épocas em que tinha lugar anual sozinha.

Eu: a Distância e as acessibilidades?

Para mim são boas, nos outros estádios não sei.

Eu: Acha que o entretenimento proporcionado nos estádios vai ao encontro das expectativas?

Sim.

Eu: Acha que o entretenimento extrafutebol e interação com os adeptos podiam ser mais explorados?

Acho que não, pelo menos no Estádio do Porto isso é bem explorado, têm várias atividades de interação com o público.

Eu: A alegada falta de transparência no futebol, pensa que afasta as pessoas do estádio?

Algumas pessoas, sim. Não querem dar dinheiro para uma atividade que não acreditam e não querem subsidiar a corrupção.

Eu: Quer acrescentar mais alguma coisa?

Para mim o fator importante é o fator económico, mas há outros fatores que devem ser levados em conta. Como o facto de haver mais metros nos dias de jogos.

12/04/2014 > Entrevista com Alberto Joaquim

Eu: Para começar necessitava de saber a idade e habilitações literárias?

Tenho 58 anos e 6º ano

Eu: É adepto de futebol?

Sim.

Eu: Qual o seu clube e cidade?

Benfica e sou da cidade do Porto

Eu: Qual foi o principal motivo para se ter tornado Portista?

Na minha infância era o clube que estava no auge e era o clube do povo

Eu: Costuma assistir aos jogos no estádio?

Raramente.

Eu: Quantas vezes foi ao estádio na última época?

2 vezes

Eu: Porque razão foi a esses jogos?

Foram jogos que me cativaram e jogos importantes e não eram de alto risco.

Eu: Em criança era habitual ir aos estádios?

Sim, a partir dos 14 anos ia com os meus colegas ao estádio do Mar e ao estádio do Leixões.

Eu: Porque razão não vai ao estádio?

Por causa da corrupção, das claques, que no meu tempo não havia e a televisão. E a distância.

Eu: Costuma assistir aos jogos em casa, na televisão?

Vejo todos, praticamente.

Eu: Estabelece a sua agenda de forma a conseguir ver os jogos?

Sim.

Eu: Prefere ver os jogos sozinho ou acompanhado?

Não tenho preferência.

Eu: Porquê que acha que os estádios estão vazios?

Pela corrupção que houve no futebol e a mudança dos horários, antes os jogos eram ao domingo à tarde e o poder de compra.

Eu: As condições dos estádios têm relevância na sua decisão de ir ou não ao estádio?

Não, penso que não.

Eu: O preço dos bilhetes?

Acho que não são caros, mas as pessoas são que não têm dinheiro. Se for preciso nos regionais são tão caros como os da primeira divisão.

Eu: O dia e horário dos jogos, tem influência?

Sim, afasta.

Eu: O facto de o jogo ser transmitido na televisão, afasta as pessoas dos estádios?

Sim, também afasta. Eu prefiro ver o jogo na televisão. No estádio temos uma visão diferente do jogo. Já tenho experiência de ter ido ao estádio ver alguns jogos, fico com a ideia que o jogo não valeu nada e

depois em conversas com amigos que viram pela televisão dizem-me que foi um grande jogo. A televisão dá-nos um filme diferente do jogo. Na televisão parece-nos mais empolgante, assim como os jogos que ouvimos na Rádio. Por isso, prefiro ver os jogos na televisão, por que me parece um jogo melhor jogado.

Eu: O sucesso desportivo tem peso no facto de ir ou não ao estádio?

Sim, bastante.

Eu: A qualidade do futebol praticado tem influência na decisão de ir ou não ao estádio?

Sim, também.

Eu: O facto de o seu clube empatar ou perder, altera-lhe o humor?

Sim.

Eu: A violência e a segurança nos estádios são um fator dissuasor?

Tem, para mim sim.

Eu: A interação social proporcionada pelo jogo tem influência na decisão de ir ou não ao estádio?

Sim, atrai as pessoas.

Eu: Se tivesse companhia para ir ao estádio consigo, iria mais vezes?

Se calhar não, eu prefiro ver na TV.

Eu: Acha que o entretenimento proporcionado nos estádios vai ao encontro das expectativas?

Sim. Por exemplo a final da Taça de Portugal, é uma festa do povo.

Eu: Acha que o entretenimento extrafutebol e interação com os adeptos podiam ser mais explorados?

Não, pessoalmente não.

Eu: A alegada falta de transparência no futebol, pensa que afasta as pessoas do estádio?

Naturalmente. Toda a gente sabe que houve corrupção, mas os corruptos foram todos ilibados.

Anexo IV - Dados Estatísticos da Estimação do Modelo

Interesse no clube:

Estatísticas de confiabilidade

| Alfa de Cronbach | Alfa de Cronbach com base em itens padronizados | N de itens |
|------------------|---|------------|
| ,892 | ,900 | 10 |

Matriz de correlações entre itens

| | ie1 | ie2 | ie3 | ie4 | ie5 | ie6 | ie7 | ie8 | ie9 | ie10 |
|------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|
| ie1 | 1,000 | ,758 | ,667 | ,408 | ,314 | ,443 | ,587 | ,800 | ,453 | ,442 |
| ie2 | ,758 | 1,000 | ,831 | ,454 | ,297 | ,507 | ,651 | ,809 | ,455 | ,499 |
| ie3 | ,667 | ,831 | 1,000 | ,424 | ,289 | ,415 | ,636 | ,721 | ,440 | ,447 |
| ie4 | ,408 | ,454 | ,424 | 1,000 | ,349 | ,445 | ,528 | ,448 | ,318 | ,256 |
| ie5 | ,314 | ,297 | ,289 | ,349 | 1,000 | ,362 | ,363 | ,357 | ,261 | ,383 |
| ie6 | ,443 | ,507 | ,415 | ,445 | ,362 | 1,000 | ,586 | ,518 | ,226 | ,431 |
| ie7 | ,587 | ,651 | ,636 | ,528 | ,363 | ,586 | 1,000 | ,664 | ,356 | ,485 |
| ie8 | ,800 | ,809 | ,721 | ,448 | ,357 | ,518 | ,664 | 1,000 | ,443 | ,542 |
| ie9 | ,453 | ,455 | ,440 | ,318 | ,261 | ,226 | ,356 | ,443 | 1,000 | ,276 |
| ie10 | ,442 | ,499 | ,447 | ,256 | ,383 | ,431 | ,485 | ,542 | ,276 | 1,000 |

Teste de KMO e Bartlett

| | | |
|---|---------------------|----------|
| Medida Kaiser-Meyer-Olkin de adequação de amostragem. | | ,908 |
| Teste de esfericidade de Bartlett | Aprox. Qui-quadrado | 3351,007 |
| | df | 45 |
| | Sig. | ,000 |

Família:**Estatísticas de confiabilidade**

| Alfa de Cronbach | Alfa de Cronbach com base em itens padronizados | N de itens |
|------------------|---|------------|
| ,406 | ,397 | 3 |

Matriz de correlações entre itens

| | fm1 | fm3 | fm2 |
|-----|-------|-------|-------|
| fm1 | 1,000 | ,228 | ,280 |
| fm3 | ,228 | 1,000 | ,032 |
| fm2 | ,280 | ,032 | 1,000 |

Teste de KMO e Bartlett

| | | |
|---|---------------------|--------|
| Medida Kaiser-Meyer-Olkin de adequação de amostragem. | | ,500 |
| Teste de esfericidade de Bartlett | Aprox. Qui-quadrado | 30,021 |
| | df | 1 |
| | Sig. | ,000 |

Interação Social:

Estatísticas de confiabilidade

| Alfa de Cronbach | Alfa de Cronbach com base em itens padronizados | N de itens |
|------------------|---|------------|
| ,472 | ,477 | 4 |

Matriz de correlações entre itens

| | is1 | is2 | is3 | is4 |
|-----|-------|-------|-------|-------|
| is1 | 1,000 | ,260 | ,090 | ,107 |
| is2 | ,260 | 1,000 | ,176 | ,249 |
| is3 | ,090 | ,176 | 1,000 | ,233 |
| is4 | ,107 | ,249 | ,233 | 1,000 |

Teste de KMO e Bartlett

| | | |
|---|---------------------|---------|
| Medida Kaiser-Meyer-Olkin de adequação de amostragem. | | ,608 |
| Teste de esfericidade de Bartlett | Aprox. Qui-quadrado | 117,825 |
| | df | 6 |
| | Sig. | ,000 |

Anexo V - Dados Estatísticos dos Multigrupo

Divisão por Género

Homens:

| | Hipótese | Original Sample (O) | Sample Mean (M) | Standard Deviation (STDEV) | Standard Error (STERR) | T Statistics (O/STERR) | Beta |
|----|---|---------------------------|-----------------------|----------------------------------|------------------------------|-----------------------------|----------|
| 1 | Marketing → Interesse no clube | 0,0308 | 0,0503 | 0,0335 | 0,0335 | 0,9209 | 0,0032 |
| 2 | Atmosfera / Entretenimento → Interesse no clube | 0,1906 | 0,1938 | 0,0736 | 0,0736 | 2,59 | 0,0364 |
| 3 | Confiança no Dirigismo → Interesse no clube | -0,1027 | -0,1065 | 0,0399 | 0,0399 | 2,5764 | -0,0206 |
| 4 | Fator Económico → Interesse no clube | -0,1281 | -0,132 | 0,0469 | 0,0469 | 2,734 | -0,0268 |
| 5 | Qualidade do Futebol → Interesse no clube | -0,1004 | -0,0968 | 0,0483 | 0,0483 | 2,0789 | -0,0179 |
| 6 | Performance Desportivo → Interesse no clube | 0,2469 | 0,2463 | 0,0507 | 0,0507 | 4,8685 | 0,0284 |
| 7 | Marketing → Atmosfera / Entretenimento | 0,1498 | 0,1533 | 0,0445 | 0,0445 | 3,3647 | 0,0813 |
| 8 | Família → Violência / Segurança | 0,1316 | 0,1313 | 0,0482 | 0,0482 | 2,7315 | 0,1271 |
| 9 | Família → Horários dos Jogos | 0,0594 | 0,0802 | 0,0569 | 0,0569 | 1,0445 | 0,0622 |
| 10 | Horários dos Jogos → Fico em Casa | 0,1983 | 0,2093 | 0,0475 | 0,0475 | 3,1890 | - 0,1592 |
| 11 | Distância / Acessibilidades → Fator Económico | 0,2138 | 0,2139 | 0,0464 | 0,0464 | 4,611 | 0,1623 |
| 12 | Confiança no Dirigismo → Fator Económico | 0,344 | 0,3612 | 0,0478 | 0,0478 | 7,2001 | 0,3306 |
| 13 | Qualidade das Infraestruturas → Fico em Casa | 0,1206 | 0,1193 | 0,0525 | 0,0525 | 2,298 | 0,0629 |
| 14 | Transmissões Televisivas → Fico em Casa | 0,2829 | 0,2881 | 0,048 | 0,048 | 5,8885 | 0,2076 |
| 15 | Competitividade → Fico em Casa | -0,0181 | -0,0539 | 0,0425 | 0,0425 | 0,4272 | -0,0145 |
| 16 | Atmosfera / Entretenimento → Fico em Casa | 0,0725 | 0,0755 | 0,0503 | 0,0503 | 1,4397 | 0,067 |
| 17 | Violência / Segurança → Fico em Casa | 0,0404 | 0,063 | 0,0437 | 0,0437 | 0,924 | 0,0325 |
| 18 | Família → Fico em Casa | 0,0409 | 0,0514 | 0,0323 | 0,0323 | 1,2657 | 0,0317 |
| 19 | Interação Social → Fico em Casa | -0,1566 | -0,1578 | 0,0531 | 0,0531 | 2,9474 | -0,2138 |
| 20 | Distância / Acessibilidades → Fico em Casa | 0,0398 | 0,0496 | 0,0351 | 0,0351 | 1,1352 | 0,0305 |
| 21 | Fator Económico → Fico em Casa | -0,0445 | -0,0546 | 0,0342 | 0,0342 | 1,2999 | -0,045 |
| 22 | Qualidade do Futebol → Fico em Casa | -0,0502 | -0,0576 | 0,0374 | 0,0374 | 1,3415 | -0,0433 |
| 23 | Performance Desportivo → Fico em Casa | -0,1133 | -0,1111 | 0,0475 | 0,0475 | 2,3879 | -0,0631 |
| 24 | Interesse no clube → Fico em Casa | 0,2035 | 0,1974 | 0,0469 | 0,0469 | 4,3351 | 0,9849 |

Mulheres:

| | Hipótese | Original Sample (O) | Sample Mean (M) | Standard Deviation (STDEV) | Standard Error (STERR) | T Statistics (O/STERR) | Beta |
|----|---|---------------------------|-----------------------|----------------------------------|------------------------------|-----------------------------|---------|
| 1 | Marketing → Interesse no clube | 0,1868 | 0,192 | 0,0894 | 0,0894 | 2,0892 | 0,1868 |
| 2 | Atmosfera / Entretenimento → Interesse no clube | 0,1382 | 0,1474 | 0,0867 | 0,0867 | 1,5942 | 0,1382 |
| 3 | Confiança no Dirigismo → Interesse no clube | -0,0017 | -0,0639 | 0,0504 | 0,0504 | 0,034 | -0,0017 |
| 4 | Fator Económico → Interesse no clube | -0,1858 | -0,1745 | 0,0663 | 0,0663 | 2,8032 | -0,1858 |
| 5 | Qualidade do Futebol → Interesse no clube | 0,0147 | 0,0797 | 0,061 | 0,061 | 0,2407 | 0,0147 |
| 6 | Performance Desportivo → Interesse no clube | 0,2346 | 0,2418 | 0,08 | 0,08 | 2,9314 | 0,2346 |
| 7 | Marketing → Atmosfera / Entretenimento | 0,2985 | 0,3082 | 0,0793 | 0,0793 | 3,7655 | 0,2985 |
| 8 | Família → Violência / Segurança | -0,186 | -0,1998 | 0,0891 | 0,0891 | 2,0881 | -0,186 |
| 9 | Família → Horários dos Jogos | 0,0908 | 0,1682 | 0,0974 | 0,0974 | 0,933 | 0,0908 |
| 10 | Horários dos Jogos → Fico em Casa | 0,2139 | 0,2288 | 0,1094 | 0,1094 | 0,3923 | -0,0379 |
| 11 | Distância / Acessibilidades → Fator Económico | -0,1535 | -0,1882 | 0,0973 | 0,0973 | 1,5771 | -0,1535 |
| 12 | Confiança no Dirigismo → Fator Económico | 0,3729 | 0,4006 | 0,095 | 0,095 | 3,9258 | 0,3729 |
| 13 | Qualidade das Infraestruturas → Fico em Casa | -0,0289 | -0,0989 | 0,0728 | 0,0728 | 0,3962 | -0,0289 |
| 14 | Transmissões Televisivas → Fico em Casa | 0,3418 | 0,3293 | 0,0949 | 0,0949 | 3,602 | 0,3418 |
| 15 | Competitividade → Fico em Casa | -0,052 | -0,1001 | 0,0715 | 0,0715 | 0,7271 | -0,052 |
| 16 | Atmosfera / Entretenimento → Fico em Casa | 0,0733 | 0,097 | 0,0637 | 0,0637 | 1,1511 | 0,0733 |
| 17 | Violência / Segurança → Fico em Casa | -0,0398 | -0,0932 | 0,0679 | 0,0679 | 0,5859 | -0,0398 |
| 18 | Família → Fico em Casa | -0,0205 | -0,0699 | 0,0507 | 0,0507 | 0,4039 | -0,0205 |
| 19 | Interação Social → Fico em Casa | -0,0643 | -0,0955 | 0,0621 | 0,0621 | 1,0353 | -0,0643 |
| 20 | Distância / Acessibilidades → Fico em Casa | 0,0106 | 0,0704 | 0,0494 | 0,0494 | 0,2144 | 0,0106 |
| 21 | Fator Económico → Fico em Casa | -0,0387 | -0,0711 | 0,059 | 0,059 | 0,6564 | -0,0387 |
| 22 | Qualidade do Futebol → Fico em Casa | 0,0854 | 0,1213 | 0,0862 | 0,0862 | 0,9911 | 0,0854 |
| 23 | Performance Desportivo → Fico em Casa | 0,0031 | 0,0906 | 0,0691 | 0,0691 | 0,0447 | 0,0031 |
| 24 | Interesse no clube → Fico em Casa | 0,2696 | 0,229 | 0,1026 | 0,1026 | 2,6293 | 0,2696 |

Divisão por Idade

Menores de 18 anos:

| | Hipótese | Original Sample (O) | Sample Mean (M) | Standard Deviation (STDEV) | Standard Error (STERR) | T Statistics (O/STERR) | Beta |
|----|---|---------------------------|-----------------------|----------------------------------|------------------------------|-----------------------------|---------|
| 1 | Marketing → Interesse no clube | 0,0973 | 0,1193 | 0,087 | 0,087 | 1,1178 | 0,0973 |
| 2 | Atmosfera / Entretenimento → Interesse no clube | -0,0848 | -0,122 | 0,1173 | 0,1173 | 0,7224 | -0,0848 |
| 3 | Confiança no Dirigismo → Interesse no clube | -0,5466 | -0,5278 | 0,1225 | 0,1225 | 4,4612 | -0,5466 |
| 4 | Fator Económico → Interesse no clube | -0,5283 | -0,5185 | 0,1738 | 0,1738 | 3,0404 | -0,5283 |
| 5 | Qualidade do Futebol → Interesse no clube | -0,0002 | -0,0652 | 0,0547 | 0,0547 | 0,0039 | -0,0002 |
| 6 | Performance Desportivo → Interesse no clube | 0,3584 | 0,3628 | 0,1175 | 0,1175 | 3,0501 | 0,3584 |
| 7 | Marketing → Atmosfera / Entretenimento | -0,071 | -0,1024 | 0,0741 | 0,0741 | 0,9584 | -0,071 |
| 8 | Família → Violência / Segurança | 0,2553 | 0,2633 | 0,0995 | 0,0995 | 2,5664 | 0,2553 |
| 9 | Família → Horários dos Jogos | 0,1792 | 0,2289 | 0,0999 | 0,0999 | 1,7947 | 0,1792 |
| 10 | Horários dos Jogos → Fico em Casa | -0,4186 | -0,4215 | 0,119 | 0,119 | 3,2161 | -0,4186 |
| 11 | Distância / Acessibilidades → Fator Económico | 0,3183 | 0,2826 | 0,1578 | 0,1578 | 2,017 | 0,3183 |
| 12 | Confiança no Dirigismo → Fator Económico | -0,44 | -0,4269 | 0,1167 | 0,1167 | 3,7692 | -0,44 |
| 13 | Qualidade das Infraestruturas → Fico em Casa | 0,2357 | 0,2542 | 0,1395 | 0,1395 | 1,6893 | 0,2357 |
| 14 | Transmissões Televisivas → Fico em Casa | 0,3918 | 0,3909 | 0,1133 | 0,1133 | 3,4596 | 0,3918 |
| 15 | Competitividade → Fico em Casa | -0,136 | -0,1958 | 0,0929 | 0,0929 | 1,4628 | -0,136 |
| 16 | Atmosfera / Entretenimento → Fico em Casa | 0,3964 | 0,3037 | 0,1623 | 0,1623 | 2,443 | 0,3964 |
| 17 | Violência / Segurança → Fico em Casa | -0,1892 | -0,1857 | 0,1428 | 0,1428 | 1,3248 | -0,1892 |
| 18 | Família → Fico em Casa | 0,1309 | 0,1494 | 0,1112 | 0,1112 | 1,1774 | 0,1309 |
| 19 | Interação Social → Fico em Casa | -0,221 | -0,1903 | 0,1264 | 0,1264 | 1,7489 | -0,221 |
| 20 | Distância / Acessibilidades → Fico em Casa | -0,2289 | -0,1662 | 0,1043 | 0,1043 | 2,1946 | -0,2289 |
| 21 | Fator Económico → Fico em Casa | -0,0162 | -0,1135 | 0,0913 | 0,0913 | 0,1774 | -0,0162 |
| 22 | Qualidade do Futebol → Fico em Casa | -0,3388 | -0,2557 | 0,1218 | 0,1218 | 2,7808 | -0,3388 |
| 23 | Performance Desportivo → Fico em Casa | -0,0343 | -0,1623 | 0,1285 | 0,1285 | 0,2667 | -0,0343 |
| 24 | Interesse no clube → Fico em Casa | 0,0113 | 0,12 | 0,0939 | 0,0939 | 0,1199 | 0,0113 |

Entre os 18 e os 29 anos:

| | Hipótese | Original Sample (O) | Sample Mean (M) | Standard Deviation (STDEV) | Standard Error (STERR) | T Statistics (O/STERR) | Beta |
|----|---|---------------------------|-----------------------|----------------------------------|------------------------------|-----------------------------|---------|
| 1 | Marketing → Interesse no clube | -0,0011 | -0,0566 | 0,0432 | 0,0432 | 0,0256 | -0,0011 |
| 2 | Atmosfera / Entretenimento → Interesse no clube | 0,1819 | 0,1925 | 0,0891 | 0,0891 | 2,0408 | 0,1819 |
| 3 | Confiança no Dirigismo → Interesse no clube | -0,1304 | -0,1352 | 0,0539 | 0,0539 | 2,4191 | -0,1304 |
| 4 | Fator Económico → Interesse no clube | -0,1284 | -0,1292 | 0,0541 | 0,0541 | 2,3737 | -0,1284 |
| 5 | Qualidade do Futebol → Interesse no clube | -0,0854 | -0,0868 | 0,0583 | 0,0583 | 1,464 | -0,0854 |
| 6 | Performance Desportivo → Interesse no clube | 0,1821 | 0,1941 | 0,0711 | 0,0711 | 2,5618 | 0,1821 |
| 7 | Marketing → Atmosfera / Entretenimento | 0,1122 | 0,1158 | 0,0512 | 0,0512 | 2,1923 | 0,1122 |
| 8 | Família → Violência / Segurança | 0,1553 | 0,1648 | 0,0435 | 0,0435 | 3,5707 | 0,1553 |
| 9 | Família → Horários dos Jogos | 0,1305 | 0,1327 | 0,0742 | 0,0742 | 1,7587 | 0,1305 |
| 10 | Horários dos Jogos → Fico em Casa | 0,2118 | 0,2153 | 0,0659 | 0,0659 | 2,5756 | -0,0118 |
| 11 | Distância / Acessibilidades → Fator Económico | 0,1997 | 0,2062 | 0,0727 | 0,0727 | 2,7452 | 0,1997 |
| 12 | Confiança no Dirigismo → Fator Económico | 0,316 | 0,3223 | 0,0572 | 0,0572 | 5,526 | 0,316 |
| 13 | Qualidade das Infraestruturas → Fico em Casa | 0,1505 | 0,1623 | 0,0609 | 0,0609 | 2,4722 | 0,1505 |
| 14 | Transmissões Televisivas → Fico em Casa | 0,2784 | 0,2721 | 0,0557 | 0,0557 | 4,9954 | 0,2784 |
| 15 | Competitividade → Fico em Casa | -0,068 | -0,0805 | 0,0426 | 0,0426 | 1,5963 | -0,068 |
| 16 | Atmosfera / Entretenimento → Fico em Casa | 0,1092 | 0,1126 | 0,0574 | 0,0574 | 1,9038 | 0,1092 |
| 17 | Violência / Segurança → Fico em Casa | 0,1531 | 0,1572 | 0,0624 | 0,0624 | 2,4554 | 0,1531 |
| 18 | Família → Fico em Casa | 0,0281 | 0,0438 | 0,031 | 0,031 | 0,9068 | 0,0281 |
| 19 | Interação Social → Fico em Casa | -0,1314 | -0,1341 | 0,0578 | 0,0578 | 2,2723 | -0,1314 |
| 20 | Distância / Acessibilidades → Fico em Casa | 0,0194 | 0,0592 | 0,0441 | 0,0441 | 0,439 | 0,0194 |
| 21 | Fator Económico → Fico em Casa | -0,0431 | -0,0565 | 0,0404 | 0,0404 | 1,0669 | -0,0431 |
| 22 | Qualidade do Futebol → Fico em Casa | -0,0517 | -0,0651 | 0,0465 | 0,0465 | 1,1113 | -0,0517 |
| 23 | Performance Desportivo → Fico em Casa | -0,1145 | -0,1089 | 0,056 | 0,056 | 2,0438 | -0,1145 |
| 24 | Interesse no clube → Fico em Casa | 0,1329 | 0,132 | 0,0544 | 0,0544 | 2,4432 | 0,1329 |

Entre os 30 e os 39 anos:

| | Hipótese | Original Sample (O) | Sample Mean (M) | Standard Deviation (STDEV) | Standard Error (STERR) | T Statistics (O/STERR) | Beta |
|----|---|---------------------------|-----------------------|----------------------------------|------------------------------|-----------------------------|---------|
| 1 | Marketing → Interesse no clube | 0,0565 | 0,095 | 0,065 | 0,065 | 0,8694 | 0,0565 |
| 2 | Atmosfera / Entretenimento → Interesse no clube | 0,4011 | 0,3584 | 0,1099 | 0,1099 | 3,6491 | 0,4011 |
| 3 | Confiança no Dirigismo → Interesse no clube | 0,1191 | 0,0985 | 0,07 | 0,07 | 1,7017 | 0,1191 |
| 4 | Fator Económico → Interesse no clube | -0,261 | -0,236 | 0,0958 | 0,0958 | 2,7228 | -0,261 |
| 5 | Qualidade do Futebol → Interesse no clube | -0,1204 | -0,1189 | 0,0748 | 0,0748 | 1,6089 | -0,1204 |
| 6 | Performance Desportivo → Interesse no clube | 0,2961 | 0,2929 | 0,0949 | 0,0949 | 3,1205 | 0,2961 |
| 7 | Marketing → Atmosfera / Entretenimento | 0,036 | 0,1179 | 0,0787 | 0,0787 | 0,457 | 0,036 |
| 8 | Família → Violência / Segurança | -0,0114 | -0,0851 | 0,0643 | 0,0643 | 0,1778 | -0,0114 |
| 9 | Família → Horários dos Jogos | 0,0476 | 0,1842 | 0,124 | 0,124 | 0,3839 | 0,0476 |
| 10 | Horários dos Jogos → Fico em Casa | 0,3456 | 0,3485 | 0,1165 | 0,1165 | 0,9662 | 0,3256 |
| 11 | Distância / Acessibilidades → Fator Económico | 0,1294 | 0,2184 | 0,127 | 0,127 | 1,0192 | 0,1294 |
| 12 | Confiança no Dirigismo → Fator Económico | 0,4333 | 0,4312 | 0,1106 | 0,1106 | 3,918 | 0,4333 |
| 13 | Qualidade das Infraestruturas → Fico em Casa | 0,115 | 0,1422 | 0,0749 | 0,0749 | 1,5364 | 0,115 |
| 14 | Transmissões Televisivas → Fico em Casa | 0,3964 | 0,3899 | 0,1 | 0,1 | 3,9635 | 0,3964 |
| 15 | Competitividade → Fico em Casa | -0,0526 | -0,0778 | 0,0536 | 0,0536 | 0,9804 | -0,0526 |
| 16 | Atmosfera / Entretenimento → Fico em Casa | 0,007 | 0,0763 | 0,0621 | 0,0621 | 0,1133 | 0,007 |
| 17 | Violência / Segurança → Fico em Casa | -0,1025 | -0,1271 | 0,089 | 0,089 | 1,1521 | -0,1025 |
| 18 | Família → Fico em Casa | 0,1317 | 0,1374 | 0,0759 | 0,0759 | 1,7348 | 0,1317 |
| 19 | Interação Social → Fico em Casa | -0,2987 | -0,2847 | 0,085 | 0,085 | 3,5139 | -0,2987 |
| 20 | Distância / Acessibilidades → Fico em Casa | 0,0588 | 0,0867 | 0,0595 | 0,0595 | 0,9876 | 0,0588 |
| 21 | Fator Económico → Fico em Casa | -0,0211 | -0,0725 | 0,0595 | 0,0595 | 0,3541 | -0,0211 |
| 22 | Qualidade do Futebol → Fico em Casa | -0,0039 | -0,0723 | 0,0536 | 0,0536 | 0,0734 | -0,0039 |
| 23 | Performance Desportivo → Fico em Casa | 0,048 | 0,0835 | 0,0618 | 0,0618 | 0,7756 | 0,048 |
| 24 | Interesse no clube → Fico em Casa | 0,1938 | 0,2018 | 0,0976 | 0,0976 | 1,9856 | 0,1938 |

Acima dos 40 anos:

| | Hipótese | Original Sample (O) | Sample Mean (M) | Standard Deviation (STDEV) | Standard Error (STERR) | T Statistics (O/STERR) | Beta |
|----|---|---------------------------|-----------------------|----------------------------------|------------------------------|-----------------------------|---------|
| 1 | Marketing → Interesse no clube | 0,0681 | 0,1391 | 0,0986 | 0,0986 | 0,691 | 0,0681 |
| 2 | Atmosfera / Entretenimento → Interesse no clube | 0,0726 | 0,122 | 0,0904 | 0,0904 | 0,803 | 0,0726 |
| 3 | Confiança no Dirigismo → Interesse no clube | -0,3647 | -0,3365 | 0,1118 | 0,1118 | 3,2618 | -0,3647 |
| 4 | Fator Económico → Interesse no clube | 0,0166 | 0,0951 | 0,0698 | 0,0698 | 0,238 | 0,0166 |
| 5 | Qualidade do Futebol → Interesse no clube | -0,0575 | -0,1718 | 0,1275 | 0,1275 | 0,4508 | -0,0575 |
| 6 | Performance Desportivo → Interesse no clube | 0,3556 | 0,38 | 0,1183 | 0,1183 | 3,0056 | 0,3556 |
| 7 | Marketing → Atmosfera / Entretenimento | 0,2703 | 0,2836 | 0,1155 | 0,1155 | 2,34 | 0,2703 |
| 8 | Família → Violência / Segurança | -0,1853 | -0,2157 | 0,1206 | 0,1206 | 1,5366 | -0,1853 |
| 9 | Família → Horários dos Jogos | 0,2505 | 0,2699 | 0,1167 | 0,1167 | 2,1459 | 0,2505 |
| 10 | Horários dos Jogos → Fico em Casa | 0,3666 | 0,3835 | 0,1275 | 0,1275 | 1,7858 | -0,1686 |
| 11 | Distância / Acessibilidades → Fator Económico | 0,2467 | 0,2286 | 0,1283 | 0,1283 | 1,923 | 0,2467 |
| 12 | Confiança no Dirigismo → Fator Económico | 0,4885 | 0,5252 | 0,0983 | 0,0983 | 4,9722 | 0,4885 |
| 13 | Qualidade das Infraestruturas → Fico em Casa | 0,153 | 0,1891 | 0,1046 | 0,1046 | 1,4633 | 0,153 |
| 14 | Transmissões Televisivas → Fico em Casa | 0,18 | 0,2032 | 0,1001 | 0,1001 | 1,7974 | 0,18 |
| 15 | Competitividade → Fico em Casa | 0,0641 | 0,1034 | 0,0751 | 0,0751 | 0,8532 | 0,0641 |
| 16 | Atmosfera / Entretenimento → Fico em Casa | 0,0885 | 0,1217 | 0,0841 | 0,0841 | 1,0526 | 0,0885 |
| 17 | Violência / Segurança → Fico em Casa | -0,1323 | -0,1254 | 0,0892 | 0,0892 | 1,483 | -0,1323 |
| 18 | Família → Fico em Casa | -0,0958 | -0,1345 | 0,0972 | 0,0972 | 0,9858 | -0,0958 |
| 19 | Interação Social → Fico em Casa | -0,2181 | -0,1877 | 0,1133 | 0,1133 | 1,925 | -0,2181 |
| 20 | Distância / Acessibilidades → Fico em Casa | 0,0872 | 0,1436 | 0,1015 | 0,1015 | 0,8595 | 0,0872 |
| 21 | Fator Económico → Fico em Casa | 0,0255 | 0,1117 | 0,0835 | 0,0835 | 0,3052 | 0,0255 |
| 22 | Qualidade do Futebol → Fico em Casa | 0,1031 | 0,1397 | 0,0967 | 0,0967 | 1,0655 | 0,1031 |
| 23 | Performance Desportivo → Fico em Casa | -0,2193 | -0,2421 | 0,1351 | 0,1351 | 1,6238 | -0,2193 |
| 24 | Interesse no clube → Fico em Casa | 0,262 | 0,2928 | 0,1195 | 0,1195 | 2,1921 | 0,262 |

Divisão por Estado Civil

Solteiros:

| | Hipótese | Original Sample (O) | Sample Mean (M) | Standard Deviation (STDEV) | Standard Error (STERR) | T Statistics (O/STERR) | Beta |
|----|---|---------------------------|-----------------------|----------------------------------|------------------------------|-----------------------------|---------|
| 1 | Marketing → Interesse no clube | 0,0294 | 0,0408 | 0,031 | 0,031 | 0,9498 | 0,0294 |
| 2 | Atmosfera / Entretenimento → Interesse no clube | 0,1441 | 0,1419 | 0,0699 | 0,0699 | 2,061 | 0,1441 |
| 3 | Confiança no Dirigismo → Interesse no clube | -0,1317 | -0,1361 | 0,0467 | 0,0467 | 2,8239 | -0,1317 |
| 4 | Fator Económico → Interesse no clube | -0,1043 | -0,1075 | 0,0459 | 0,0459 | 2,2706 | -0,1043 |
| 5 | Qualidade do Futebol → Interesse no clube | -0,0778 | -0,0735 | 0,0441 | 0,0441 | 1,763 | -0,0778 |
| 6 | Performance Desportivo → Interesse no clube | 0,2655 | 0,2706 | 0,0526 | 0,0526 | 5,0444 | 0,2655 |
| 7 | Marketing → Atmosfera / Entretenimento | 0,1004 | 0,1137 | 0,0383 | 0,0383 | 2,6192 | 0,1004 |
| 8 | Família → Violência / Segurança | 0,1501 | 0,1567 | 0,0441 | 0,0441 | 3,4032 | 0,1501 |
| 9 | Família → Horários dos Jogos | 0,1525 | 0,1628 | 0,0544 | 0,0544 | 2,8007 | 0,1525 |
| 10 | Horários dos Jogos → Fico em Casa | 0,1669 | 0,172 | 0,0621 | 0,0621 | 0,8185 | 0,1669 |
| 11 | Distância / Acessibilidades → Fator Económico | 0,246 | 0,2551 | 0,0516 | 0,0516 | 4,7713 | 0,246 |
| 12 | Confiança no Dirigismo → Fator Económico | 0,3148 | 0,3131 | 0,0479 | 0,0479 | 6,5727 | 0,3148 |
| 13 | Qualidade das Infraestruturas → Fico em Casa | 0,1694 | 0,1775 | 0,0501 | 0,0501 | 3,3809 | 0,1694 |
| 14 | Transmissões Televisivas → Fico em Casa | 0,2769 | 0,2774 | 0,0513 | 0,0513 | 5,398 | 0,2769 |
| 15 | Competitividade → Fico em Casa | -0,1087 | -0,1062 | 0,0463 | 0,0463 | 2,345 | -0,1087 |
| 16 | Atmosfera / Entretenimento → Fico em Casa | 0,1132 | 0,1071 | 0,0478 | 0,0478 | 2,3692 | 0,1132 |
| 17 | Violência / Segurança → Fico em Casa | 0,1105 | 0,1078 | 0,0533 | 0,0533 | 2,0754 | 0,1105 |
| 18 | Família → Fico em Casa | 0,0376 | 0,0486 | 0,0344 | 0,0344 | 1,0914 | 0,0376 |
| 19 | Interação Social → Fico em Casa | -0,1569 | -0,1673 | 0,0469 | 0,0469 | 3,3452 | -0,1569 |
| 20 | Distância / Acessibilidades → Fico em Casa | 0,0219 | 0,0432 | 0,0311 | 0,0311 | 0,7037 | 0,0219 |
| 21 | Fator Económico → Fico em Casa | -0,0433 | -0,0536 | 0,0375 | 0,0375 | 1,1548 | -0,0433 |
| 22 | Qualidade do Futebol → Fico em Casa | -0,0459 | -0,0596 | 0,0384 | 0,0384 | 1,1944 | -0,0459 |
| 23 | Performance Desportivo → Fico em Casa | -0,1029 | -0,0998 | 0,0488 | 0,0488 | 2,1112 | -0,1029 |
| 24 | Interesse no clube → Fico em Casa | 0,1447 | 0,1438 | 0,045 | 0,045 | 3,2173 | 0,1447 |

Casados:

| | Hipótese | Original Sample (O) | Sample Mean (M) | Standard Deviation (STDEV) | Standard Error (STERR) | T Statistics (O/STERR) | Beta |
|----|---|---------------------------|-----------------------|----------------------------------|------------------------------|-----------------------------|---------|
| 1 | Marketing → Interesse no clube | 0,0027 | 0,0866 | 0,0611 | 0,0611 | 0,0435 | 0,0027 |
| 2 | Atmosfera / Entretenimento → Interesse no clube | 0,2862 | 0,2971 | 0,1104 | 0,1104 | 2,5922 | 0,2862 |
| 3 | Confiança no Dirigismo → Interesse no clube | -0,1154 | -0,1254 | 0,0805 | 0,0805 | 1,4345 | -0,1154 |
| 4 | Fator Económico → Interesse no clube | -0,2004 | -0,1778 | 0,0851 | 0,0851 | 2,3547 | -0,2004 |
| 5 | Qualidade do Futebol → Interesse no clube | -0,0865 | -0,1264 | 0,0938 | 0,0938 | 0,9219 | -0,0865 |
| 6 | Performance Desportivo → Interesse no clube | 0,1864 | 0,1742 | 0,0872 | 0,0872 | 2,1375 | 0,1864 |
| 7 | Marketing → Atmosfera / Entretenimento | 0,2165 | 0,2248 | 0,0825 | 0,0825 | 2,6255 | 0,2165 |
| 8 | Família → Violência / Segurança | -0,1693 | -0,1767 | 0,0854 | 0,0854 | 1,9816 | -0,1693 |
| 9 | Família → Horários dos Jogos | 0,1704 | 0,2199 | 0,0939 | 0,0939 | 1,8151 | 0,1704 |
| 10 | Horários dos Jogos → Fico em Casa | 0,265 | 0,295 | 0,0939 | 0,0939 | 2,0014 | -0,2535 |
| 11 | Distância / Acessibilidades → Fator Económico | 0,0171 | 0,1672 | 0,1158 | 0,1158 | 0,1477 | 0,0171 |
| 12 | Confiança no Dirigismo → Fator Económico | 0,4247 | 0,4464 | 0,0865 | 0,0865 | 4,9109 | 0,4247 |
| 13 | Qualidade das Infraestruturas → Fico em Casa | 0,0647 | 0,097 | 0,064 | 0,064 | 1,011 | 0,0647 |
| 14 | Transmissões Televisivas → Fico em Casa | 0,2934 | 0,2882 | 0,0777 | 0,0777 | 3,7742 | 0,2934 |
| 15 | Competitividade → Fico em Casa | -0,0507 | -0,0735 | 0,0542 | 0,0542 | 0,9349 | -0,0507 |
| 16 | Atmosfera / Entretenimento → Fico em Casa | -0,0253 | -0,0701 | 0,05 | 0,05 | 0,5047 | -0,0253 |
| 17 | Violência / Segurança → Fico em Casa | -0,1087 | -0,1117 | 0,0742 | 0,0742 | 1,4639 | -0,1087 |
| 18 | Família → Fico em Casa | -0,0722 | -0,1003 | 0,0641 | 0,0641 | 1,1271 | -0,0722 |
| 19 | Interação Social → Fico em Casa | -0,1789 | -0,1861 | 0,0842 | 0,0842 | 2,1237 | -0,1789 |
| 20 | Distância / Acessibilidades → Fico em Casa | -0,0091 | -0,0748 | 0,0584 | 0,0584 | 0,1554 | -0,0091 |
| 21 | Fator Económico → Fico em Casa | -0,0043 | -0,0764 | 0,0581 | 0,0581 | 0,0735 | -0,0043 |
| 22 | Qualidade do Futebol → Fico em Casa | 0,0506 | 0,0829 | 0,0602 | 0,0602 | 0,8404 | 0,0506 |
| 23 | Performance Desportivo → Fico em Casa | -0,0838 | -0,1026 | 0,0712 | 0,0712 | 1,1778 | -0,0838 |
| 24 | Interesse no clube → Fico em Casa | 0,307 | 0,2806 | 0,0855 | 0,0855 | 3,5906 | 0,307 |

Divisão por Número de Filhos

Adeptos sem Filhos:

| | Hipótese | Original Sample (O) | Sample Mean (M) | Standard Deviation (STDEV) | Standard Error (STERR) | T Statistics (O/STERR) | Beta |
|----|---|---------------------|-----------------|----------------------------|------------------------|--------------------------|---------|
| 1 | Marketing → Interesse no clube | 0,0335 | 0,0456 | 0,0306 | 0,0306 | 1,0945 | 0,0335 |
| 2 | Atmosfera / Entretenimento → Interesse no clube | 0,2023 | 0,1887 | 0,0801 | 0,0801 | 2,5257 | 0,2023 |
| 3 | Confiança no Dirigismo → Interesse no clube | -0,1051 | -0,1096 | 0,0448 | 0,0448 | 2,3432 | -0,1051 |
| 4 | Fator Económico → Interesse no clube | -0,0902 | -0,0973 | 0,045 | 0,045 | 2,0056 | -0,0902 |
| 5 | Qualidade do Futebol → Interesse no clube | -0,096 | -0,0893 | 0,0486 | 0,0486 | 1,9739 | -0,096 |
| 6 | Performance Desportivo → Interesse no clube | 0,2552 | 0,2636 | 0,0599 | 0,0599 | 4,2631 | 0,2552 |
| 7 | Marketing → Atmosfera / Entretenimento | 0,0933 | 0,1003 | 0,0401 | 0,0401 | 2,3261 | 0,0933 |
| 8 | Família → Violência / Segurança | 0,1164 | 0,1227 | 0,0449 | 0,0449 | 2,5926 | 0,1164 |
| 9 | Família → Horários dos Jogos | 0,1195 | 0,1315 | 0,0552 | 0,0552 | 2,1653 | 0,1195 |
| 10 | Horários dos Jogos → Fico em Casa | 0,1667 | 0,1729 | 0,058 | 0,058 | 1,372 | 0,6670 |
| 11 | Distância / Acessibilidades → Fator Económico | 0,2432 | 0,2391 | 0,0516 | 0,0516 | 4,7131 | 0,2432 |
| 12 | Confiança no Dirigismo → Fator Económico | 0,33 | 0,3418 | 0,0474 | 0,0474 | 6,97 | 0,33 |
| 13 | Qualidade das Infraestruturas → Fico em Casa | 0,1876 | 0,1912 | 0,0514 | 0,0514 | 3,6481 | 0,1876 |
| 14 | Transmissões Televisivas → Fico em Casa | 0,2958 | 0,2875 | 0,0467 | 0,0467 | 6,3382 | 0,2958 |
| 15 | Competitividade → Fico em Casa | 0,0339 | 0,0516 | 0,0342 | 0,0342 | 0,9914 | 0,0339 |
| 16 | Atmosfera / Entretenimento → Fico em Casa | 0,114 | 0,1132 | 0,0429 | 0,0429 | 2,6552 | 0,114 |
| 17 | Violência / Segurança → Fico em Casa | 0,1004 | 0,0968 | 0,0493 | 0,0493 | 2,0379 | 0,1004 |
| 18 | Família → Fico em Casa | 0,0251 | 0,0394 | 0,0305 | 0,0305 | 0,8215 | 0,0251 |
| 19 | Interação Social → Fico em Casa | -0,1377 | -0,1504 | 0,0494 | 0,0494 | 2,788 | -0,1377 |
| 20 | Distância / Acessibilidades → Fico em Casa | 0,0417 | 0,0541 | 0,0362 | 0,0362 | 1,1521 | 0,0417 |
| 21 | Fator Económico → Fico em Casa | -0,0669 | -0,0595 | 0,0421 | 0,0421 | 1,5898 | -0,0669 |
| 22 | Qualidade do Futebol → Fico em Casa | -0,0782 | -0,0708 | 0,041 | 0,041 | 1,9091 | -0,0782 |
| 23 | Performance Desportivo → Fico em Casa | -0,1209 | -0,1125 | 0,0472 | 0,0472 | 2,562 | -0,1209 |
| 24 | Interesse no clube → Fico em Casa | 0,1436 | 0,1435 | 0,0431 | 0,0431 | 3,3293 | 0,1436 |

Adeptos com 1 filho:

| | Hipótese | Original Sample (O) | Sample Mean (M) | Standard Deviation (STDEV) | Standard Error (STERR) | T Statistics (O/STERR) | Beta |
|----|---|---------------------------|-----------------------|----------------------------------|------------------------------|-----------------------------|---------|
| 1 | Marketing → Interesse no clube | -0,1081 | -0,1414 | 0,1146 | 0,1146 | 0,9438 | -0,1081 |
| 2 | Atmosfera / Entretenimento → Interesse no clube | 0,4775 | 0,4031 | 0,187 | 0,187 | 2,553 | 0,4775 |
| 3 | Confiança no Dirigismo → Interesse no clube | -0,0788 | -0,1576 | 0,1144 | 0,1144 | 0,6882 | -0,0788 |
| 4 | Fator Económico → Interesse no clube | -0,3312 | -0,3144 | 0,1464 | 0,1464 | 2,2631 | -0,3312 |
| 5 | Qualidade do Futebol → Interesse no clube | -0,0133 | -0,1467 | 0,1139 | 0,1139 | 0,1171 | -0,0133 |
| 6 | Performance Desportivo → Interesse no clube | 0,1639 | 0,1986 | 0,1344 | 0,1344 | 1,2196 | 0,1639 |
| 7 | Marketing → Atmosfera / Entretenimento | 0,5191 | 0,5179 | 0,1169 | 0,1169 | 4,4399 | 0,5191 |
| 8 | Família → Violência / Segurança | 0,132 | 0,1347 | 0,0966 | 0,0966 | 1,3657 | 0,132 |
| 9 | Família → Horários dos Jogos | -0,3117 | -0,3376 | 0,1541 | 0,1541 | 2,0225 | -0,3117 |
| 10 | Horários dos Jogos → Fico em Casa | -0,2022 | -0,3236 | 0,153 | 0,153 | 1,3217 | -0,2022 |
| 11 | Distância / Acessibilidades → Fator Económico | -0,1391 | -0,2411 | 0,1592 | 0,1592 | 0,8741 | -0,1391 |
| 12 | Confiança no Dirigismo → Fator Económico | 0,4473 | 0,4689 | 0,1609 | 0,1609 | 2,7799 | 0,4473 |
| 13 | Qualidade das Infraestruturas → Fico em Casa | -0,0533 | -0,1306 | 0,0924 | 0,0924 | 0,5768 | -0,0533 |
| 14 | Transmissões Televisivas → Fico em Casa | 0,2617 | 0,2599 | 0,1463 | 0,1463 | 1,7893 | 0,2617 |
| 15 | Competitividade → Fico em Casa | -0,1261 | -0,1482 | 0,1053 | 0,1053 | 1,1977 | -0,1261 |
| 16 | Atmosfera / Entretenimento → Fico em Casa | -0,4094 | -0,3535 | 0,197 | 0,197 | 2,0784 | -0,4094 |
| 17 | Violência / Segurança → Fico em Casa | 0,2201 | 0,1819 | 0,1294 | 0,1294 | 1,7012 | 0,2201 |
| 18 | Família → Fico em Casa | -0,0821 | -0,1145 | 0,0857 | 0,0857 | 0,9582 | -0,0821 |
| 19 | Interação Social → Fico em Casa | -0,346 | -0,3201 | 0,13 | 0,13 | 2,6611 | -0,346 |
| 20 | Distância / Acessibilidades → Fico em Casa | 0,0083 | 0,1823 | 0,1373 | 0,1373 | 0,0602 | 0,0083 |
| 21 | Fator Económico → Fico em Casa | 0,0359 | 0,1505 | 0,1029 | 0,1029 | 0,3489 | 0,0359 |
| 22 | Qualidade do Futebol → Fico em Casa | 0,0204 | 0,1316 | 0,0957 | 0,0957 | 0,2137 | 0,0204 |
| 23 | Performance Desportivo → Fico em Casa | -0,1448 | -0,2075 | 0,143 | 0,143 | 1,0127 | -0,1448 |
| 24 | Interesse no clube → Fico em Casa | 0,4394 | 0,4498 | 0,1688 | 0,1688 | 2,6024 | 0,4394 |

Adeptos com 2 ou mais filhos:

| | Hipótese | Original Sample (O) | Sample Mean (M) | Standard Deviation (STDEV) | Standard Error (STERR) | T Statistics (O/STERR) | Beta |
|----|---|---------------------------|-----------------------|----------------------------------|------------------------------|-----------------------------|---------|
| 1 | Marketing → Interesse no clube | 0,1381 | 0,1485 | 0,1067 | 0,1067 | 1,2937 | 0,1381 |
| 2 | Atmosfera / Entretenimento → Interesse no clube | 0,064 | 0,1846 | 0,1184 | 0,1184 | 0,5402 | 0,064 |
| 3 | Confiança no Dirigismo → Interesse no clube | -0,2446 | -0,1602 | 0,1238 | 0,1238 | 1,9762 | -0,2446 |
| 4 | Fator Económico → Interesse no clube | -0,211 | -0,1964 | 0,1264 | 0,1264 | 1,6694 | -0,211 |
| 5 | Qualidade do Futebol → Interesse no clube | 0,0061 | 0,1802 | 0,1238 | 0,1238 | 0,0493 | 0,0061 |
| 6 | Performance Desportivo → Interesse no clube | 0,133 | 0,2003 | 0,1249 | 0,1249 | 1,0648 | 0,133 |
| 7 | Marketing → Atmosfera / Entretenimento | 0,0487 | 0,1504 | 0,1016 | 0,1016 | 0,4793 | 0,0487 |
| 8 | Família → Violência / Segurança | -0,2997 | -0,363 | 0,169 | 0,169 | 1,7737 | -0,2997 |
| 9 | Família → Horários dos Jogos | 0,2025 | 0,2673 | 0,1284 | 0,1284 | 1,577 | 0,2025 |
| 10 | Horários dos Jogos → Fico em Casa | 0,3327 | 0,4377 | 0,1228 | 0,1228 | 2,0921 | -0,3217 |
| 11 | Distância / Acessibilidades → Fator Económico | 0,0433 | 0,1893 | 0,1341 | 0,1341 | 0,3226 | 0,0433 |
| 12 | Confiança no Dirigismo → Fator Económico | 0,3968 | 0,446 | 0,1379 | 0,1379 | 2,8779 | 0,3968 |
| 13 | Qualidade das Infraestruturas → Fico em Casa | 0,1093 | 0,1761 | 0,1006 | 0,1006 | 1,0872 | 0,1093 |
| 14 | Transmissões Televisivas → Fico em Casa | 0,1982 | 0,2546 | 0,1268 | 0,1268 | 1,5631 | 0,1982 |
| 15 | Competitividade → Fico em Casa | 0,0333 | 0,1069 | 0,0781 | 0,0781 | 0,426 | 0,0333 |
| 16 | Atmosfera / Entretenimento → Fico em Casa | 0,161 | 0,139 | 0,1032 | 0,1032 | 1,5602 | 0,161 |
| 17 | Violência / Segurança → Fico em Casa | -0,1938 | -0,1528 | 0,1117 | 0,1117 | 1,7342 | -0,1938 |
| 18 | Família → Fico em Casa | -0,1554 | -0,1532 | 0,1051 | 0,1051 | 1,4781 | -0,1554 |
| 19 | Interação Social → Fico em Casa | -0,1556 | -0,1648 | 0,1198 | 0,1198 | 1,299 | -0,1556 |
| 20 | Distância / Acessibilidades → Fico em Casa | -0,1446 | -0,1195 | 0,094 | 0,094 | 1,5377 | -0,1446 |
| 21 | Fator Económico → Fico em Casa | -0,0245 | -0,1025 | 0,0801 | 0,0801 | 0,3056 | -0,0245 |
| 22 | Qualidade do Futebol → Fico em Casa | 0,0252 | 0,1216 | 0,0989 | 0,0989 | 0,255 | 0,0252 |
| 23 | Performance Desportivo → Fico em Casa | -0,1455 | -0,1628 | 0,1265 | 0,1265 | 1,15 | -0,1455 |
| 24 | Interesse no clube → Fico em Casa | 0,3656 | 0,3435 | 0,1192 | 0,1192 | 3,0686 | 0,3656 |

Divisão por Estado Profissional

Estudantes:

| | Hipótese | Original Sample (O) | Sample Mean (M) | Standard Deviation (STDEV) | Standard Error (STERR) | T Statistics (O/STERR) | Beta |
|----|---|---------------------|-----------------|----------------------------|------------------------|--------------------------|---------|
| 1 | Marketing → Interesse no clube | 0,0442 | 0,0875 | 0,0567 | 0,0567 | 0,7804 | 0,0442 |
| 2 | Atmosfera / Entretenimento → Interesse no clube | 0,116 | 0,1375 | 0,0959 | 0,0959 | 1,2103 | 0,116 |
| 3 | Confiança no Dirigismo → Interesse no clube | -0,0952 | -0,101 | 0,0663 | 0,0663 | 1,4355 | -0,0952 |
| 4 | Fator Económico → Interesse no clube | -0,1062 | -0,1168 | 0,0669 | 0,0669 | 1,5889 | -0,1062 |
| 5 | Qualidade do Futebol → Interesse no clube | 0,0075 | 0,0692 | 0,0522 | 0,0522 | 0,1433 | 0,0075 |
| 6 | Performance Desportivo → Interesse no clube | 0,208 | 0,2229 | 0,0825 | 0,0825 | 2,5197 | 0,208 |
| 7 | Marketing → Atmosfera / Entretenimento | 0,0925 | 0,1132 | 0,0613 | 0,0613 | 1,51 | 0,0925 |
| 8 | Família → Violência / Segurança | 0,1746 | 0,1774 | 0,0521 | 0,0521 | 3,3517 | 0,1746 |
| 9 | Família → Horários dos Jogos | 0,1719 | 0,1881 | 0,071 | 0,071 | 2,4195 | 0,1719 |
| 10 | Horários dos Jogos → Fico em Casa | 0,1785 | 0,1896 | 0,0857 | 0,0857 | 0,9835 | 0,1785 |
| 11 | Distância / Acessibilidades → Fator Económico | 0,2528 | 0,2429 | 0,1037 | 0,1037 | 2,4381 | 0,2528 |
| 12 | Confiança no Dirigismo → Fator Económico | 0,23 | 0,2398 | 0,0881 | 0,0881 | 2,6089 | 0,23 |
| 13 | Qualidade das Infraestruturas → Fico em Casa | 0,1899 | 0,2079 | 0,065 | 0,065 | 2,9208 | 0,1899 |
| 14 | Transmissões Televisivas → Fico em Casa | 0,1565 | 0,1677 | 0,0672 | 0,0672 | 2,3286 | 0,1565 |
| 15 | Competitividade → Fico em Casa | -0,0515 | -0,0732 | 0,0505 | 0,0505 | 1,0198 | -0,0515 |
| 16 | Atmosfera / Entretenimento → Fico em Casa | 0,139 | 0,1378 | 0,0781 | 0,0781 | 1,7793 | 0,139 |
| 17 | Violência / Segurança → Fico em Casa | 0,1961 | 0,1849 | 0,0784 | 0,0784 | 2,5014 | 0,1961 |
| 18 | Família → Fico em Casa | -0,013 | -0,0512 | 0,0423 | 0,0423 | 0,3074 | -0,013 |
| 19 | Interação Social → Fico em Casa | -0,0903 | -0,1029 | 0,0564 | 0,0564 | 1,6016 | -0,0903 |
| 20 | Distância / Acessibilidades → Fico em Casa | -0,0048 | -0,0883 | 0,059 | 0,059 | 0,0807 | -0,0048 |
| 21 | Fator Económico → Fico em Casa | -0,0093 | -0,0505 | 0,0393 | 0,0393 | 0,2373 | -0,0093 |
| 22 | Qualidade do Futebol → Fico em Casa | -0,1067 | -0,1127 | 0,0594 | 0,0594 | 1,7953 | -0,1067 |
| 23 | Performance Desportivo → Fico em Casa | -0,1989 | -0,1948 | 0,0707 | 0,0707 | 2,8124 | -0,1989 |
| 24 | Interesse no clube → Fico em Casa | 0,1818 | 0,1781 | 0,063 | 0,063 | 2,8851 | 0,1818 |

Empregados:

| | Hipótese | Original Sample (O) | Sample Mean (M) | Standard Deviation (STDEV) | Standard Error (STERR) | T Statistics (O/STERR) | Beta |
|----|---|---------------------------|-----------------------|----------------------------------|------------------------------|-----------------------------|---------|
| 1 | Marketing → Interesse no clube | 0,0513 | 0,0672 | 0,0504 | 0,0504 | 1,0178 | 0,0513 |
| 2 | Atmosfera / Entretenimento → Interesse no clube | 0,3041 | 0,2931 | 0,0889 | 0,0889 | 3,4214 | 0,3041 |
| 3 | Confiança no Dirigismo → Interesse no clube | -0,0787 | -0,0934 | 0,0569 | 0,0569 | 1,3844 | -0,0787 |
| 4 | Fator Económico → Interesse no clube | -0,178 | -0,1728 | 0,0604 | 0,0604 | 2,9465 | -0,178 |
| 5 | Qualidade do Futebol → Interesse no clube | -0,1378 | -0,1338 | 0,0753 | 0,0753 | 1,8294 | -0,1378 |
| 6 | Performance Desportivo → Interesse no clube | 0,2417 | 0,2426 | 0,0616 | 0,0616 | 3,9255 | 0,2417 |
| 7 | Marketing → Atmosfera / Entretenimento | 0,1335 | 0,1453 | 0,0569 | 0,0569 | 2,345 | 0,1335 |
| 8 | Família → Violência / Segurança | 0,1194 | 0,1157 | 0,0655 | 0,0655 | 1,8226 | 0,1194 |
| 9 | Família → Horários dos Jogos | -0,0231 | -0,1404 | 0,0985 | 0,0985 | 0,2344 | -0,0231 |
| 10 | Horários dos Jogos → Fico em Casa | 0,2546 | 0,239 | 0,0962 | 0,0962 | 0,6472 | 0,2546 |
| 11 | Distância / Acessibilidades → Fator Económico | 0,1735 | 0,1696 | 0,0643 | 0,0643 | 2,6967 | 0,1735 |
| 12 | Confiança no Dirigismo → Fator Económico | 0,3972 | 0,4099 | 0,0564 | 0,0564 | 7,0399 | 0,3972 |
| 13 | Qualidade das Infraestruturas → Fico em Casa | 0,1079 | 0,1118 | 0,0657 | 0,0657 | 1,6418 | 0,1079 |
| 14 | Transmissões Televisivas → Fico em Casa | 0,3572 | 0,3519 | 0,0548 | 0,0548 | 6,516 | 0,3572 |
| 15 | Competitividade → Fico em Casa | -0,0457 | -0,0604 | 0,0417 | 0,0417 | 1,0949 | -0,0457 |
| 16 | Atmosfera / Entretenimento → Fico em Casa | 0,073 | 0,0825 | 0,0545 | 0,0545 | 1,34 | 0,073 |
| 17 | Violência / Segurança → Fico em Casa | -0,0785 | -0,0765 | 0,0532 | 0,0532 | 1,4772 | -0,0785 |
| 18 | Família → Fico em Casa | 0,0104 | 0,0541 | 0,0395 | 0,0395 | 0,2628 | 0,0104 |
| 19 | Interação Social → Fico em Casa | -0,245 | -0,2419 | 0,06 | 0,06 | 4,0807 | -0,245 |
| 20 | Distância / Acessibilidades → Fico em Casa | 0,0553 | 0,0694 | 0,0445 | 0,0445 | 1,243 | 0,0553 |
| 21 | Fator Económico → Fico em Casa | -0,1158 | -0,1126 | 0,0488 | 0,0488 | 2,3725 | -0,1158 |
| 22 | Qualidade do Futebol → Fico em Casa | 0,0499 | 0,0813 | 0,0555 | 0,0555 | 0,8984 | 0,0499 |
| 23 | Performance Desportivo → Fico em Casa | -0,076 | -0,0844 | 0,0537 | 0,0537 | 1,4169 | -0,076 |
| 24 | Interesse no clube → Fico em Casa | 0,1801 | 0,1883 | 0,0596 | 0,0596 | 3,0228 | 0,1801 |

Desempregados e Reformados:

| | Hipótese | Original Sample (O) | Sample Mean (M) | Standard Deviation (STDEV) | Standard Error (STERR) | T Statistics (O/STERR) | Beta |
|----|---|---------------------|-----------------|----------------------------|------------------------|--------------------------|---------|
| 1 | Marketing → Interesse no clube | -0,0758 | -0,192 | 0,1199 | 0,1199 | 0,6317 | -0,0758 |
| 2 | Atmosfera / Entretenimento → Interesse no clube | 0,0343 | 0,1331 | 0,1016 | 0,1016 | 0,3374 | 0,0343 |
| 3 | Confiança no Dirigismo → Interesse no clube | -0,198 | -0,191 | 0,1284 | 0,1284 | 1,5423 | -0,198 |
| 4 | Fator Económico → Interesse no clube | 0,0526 | 0,1575 | 0,1221 | 0,1221 | 0,4308 | 0,0526 |
| 5 | Qualidade do Futebol → Interesse no clube | -0,2377 | -0,2182 | 0,1386 | 0,1386 | 1,7142 | -0,2377 |
| 6 | Performance Desportivo → Interesse no clube | 0,4422 | 0,4207 | 0,1275 | 0,1275 | 3,4695 | 0,4422 |
| 7 | Marketing → Atmosfera / Entretenimento | 0,2291 | 0,2623 | 0,1381 | 0,1381 | 1,6589 | 0,2291 |
| 8 | Família → Violência / Segurança | 0,0457 | 0,1052 | 0,0862 | 0,0862 | 0,5305 | 0,0457 |
| 9 | Família → Horários dos Jogos | -0,3667 | -0,3406 | 0,1468 | 0,1468 | 2,4977 | -0,3667 |
| 10 | Horários dos Jogos → Fico em Casa | 0,3019 | 0,4018 | 0,1353 | 0,1353 | 2,2305 | 0,3019 |
| 11 | Distância / Acessibilidades → Fator Económico | 0,3725 | 0,3567 | 0,1608 | 0,1608 | 1,8158 | 0,3725 |
| 12 | Confiança no Dirigismo → Fator Económico | 0,3669 | 0,4298 | 0,1675 | 0,1675 | 2,1902 | 0,3669 |
| 13 | Qualidade das Infraestruturas → Fico em Casa | 0,1355 | 0,1675 | 0,1059 | 0,1059 | 1,2795 | 0,1355 |
| 14 | Transmissões Televisivas → Fico em Casa | 0,252 | 0,2447 | 0,1328 | 0,1328 | 1,8981 | 0,252 |
| 15 | Competitividade → Fico em Casa | -0,1694 | -0,1881 | 0,1339 | 0,1339 | 1,2652 | -0,1694 |
| 16 | Atmosfera / Entretenimento → Fico em Casa | 0,023 | 0,144 | 0,1097 | 0,1097 | 0,2101 | 0,023 |
| 17 | Violência / Segurança → Fico em Casa | 0,2668 | 0,2225 | 0,1416 | 0,1416 | 1,8837 | 0,2668 |
| 18 | Família → Fico em Casa | 0,0289 | 0,1266 | 0,0886 | 0,0886 | 0,3259 | 0,0289 |
| 19 | Interação Social → Fico em Casa | 0,1843 | 0,1316 | 0,1183 | 0,1183 | 1,5574 | 0,1843 |
| 20 | Distância / Acessibilidades → Fico em Casa | 0,2419 | 0,2212 | 0,1501 | 0,1501 | 1,612 | 0,2419 |
| 21 | Fator Económico → Fico em Casa | 0,1017 | 0,1761 | 0,128 | 0,128 | 0,7945 | 0,1017 |
| 22 | Qualidade do Futebol → Fico em Casa | -0,0128 | -0,1193 | 0,0932 | 0,0932 | 0,137 | -0,0128 |
| 23 | Performance Desportivo → Fico em Casa | -0,2008 | -0,1959 | 0,1159 | 0,1159 | 1,7318 | -0,2008 |
| 24 | Interesse no clube → Fico em Casa | 0,3082 | 0,2644 | 0,1194 | 0,1194 | 2,5818 | 0,3082 |

Divisão por nível de Habilitações

Adeptos sem ensino superior:

| | Hipótese | Original Sample (O) | Sample Mean (M) | Standard Deviation (STDEV) | Standard Error (STERR) | T Statistics (O/STERR) | Beta |
|----|---|---------------------|-----------------|----------------------------|------------------------|--------------------------|---------|
| 1 | Marketing → Interesse no clube | 0,0266 | 0,0575 | 0,0407 | 0,0407 | 0,653 | 0,0266 |
| 2 | Atmosfera / Entretenimento → Interesse no clube | 0,1596 | 0,1623 | 0,0925 | 0,0925 | 1,7259 | 0,1596 |
| 3 | Confiança no Dirigismo → Interesse no clube | -0,1947 | -0,1905 | 0,0553 | 0,0553 | 3,5229 | -0,1947 |
| 4 | Fator Económico → Interesse no clube | -0,1615 | -0,1673 | 0,0538 | 0,0538 | 3,0051 | -0,1615 |
| 5 | Qualidade do Futebol → Interesse no clube | -0,0004 | -0,0615 | 0,0479 | 0,0479 | 0,0075 | -0,0004 |
| 6 | Performance Desportivo → Interesse no clube | 0,2966 | 0,2888 | 0,0751 | 0,0751 | 3,9515 | 0,2966 |
| 7 | Marketing → Atmosfera / Entretenimento | 0,171 | 0,1786 | 0,0591 | 0,0591 | 2,8955 | 0,171 |
| 8 | Família → Violência / Segurança | 0,2592 | 0,2595 | 0,0594 | 0,0594 | 4,3634 | 0,2592 |
| 9 | Família → Horários dos Jogos | 0,1765 | 0,1821 | 0,0786 | 0,0786 | 2,2469 | 0,1765 |
| 10 | Horários dos Jogos → Fico em Casa | 0,1105 | 0,1377 | 0,0734 | 0,0734 | 1,5058 | 0,1105 |
| 11 | Distância / Acessibilidades → Fator Económico | 0,2263 | 0,2249 | 0,0629 | 0,0629 | 3,6001 | 0,2263 |
| 12 | Confiança no Dirigismo → Fator Económico | 0,3799 | 0,3961 | 0,0576 | 0,0576 | 6,5946 | 0,3799 |
| 13 | Qualidade das Infraestruturas → Fico em Casa | 0,1449 | 0,1472 | 0,0641 | 0,0641 | 2,2609 | 0,1449 |
| 14 | Transmissões Televisivas → Fico em Casa | 0,2823 | 0,2791 | 0,0703 | 0,0703 | 4,0137 | 0,2823 |
| 15 | Competitividade → Fico em Casa | -0,0793 | -0,0832 | 0,0589 | 0,0589 | 1,3463 | -0,0793 |
| 16 | Atmosfera / Entretenimento → Fico em Casa | 0,1473 | 0,1485 | 0,0664 | 0,0664 | 2,2181 | 0,1473 |
| 17 | Violência / Segurança → Fico em Casa | 0,0219 | 0,0689 | 0,0508 | 0,0508 | 0,4309 | 0,0219 |
| 18 | Família → Fico em Casa | 0,0623 | 0,0761 | 0,0555 | 0,0555 | 1,1218 | 0,0623 |
| 19 | Interação Social → Fico em Casa | -0,1671 | -0,1744 | 0,0724 | 0,0724 | 2,3082 | -0,1671 |
| 20 | Distância / Acessibilidades → Fico em Casa | 0,0688 | 0,0782 | 0,0558 | 0,0558 | 1,2314 | 0,0688 |
| 21 | Fator Económico → Fico em Casa | -0,0648 | -0,0783 | 0,0489 | 0,0489 | 1,3256 | -0,0648 |
| 22 | Qualidade do Futebol → Fico em Casa | -0,0245 | -0,0744 | 0,0513 | 0,0513 | 0,4773 | -0,0245 |
| 23 | Performance Desportivo → Fico em Casa | -0,2097 | -0,2014 | 0,0701 | 0,0701 | 2,9912 | -0,2097 |
| 24 | Interesse no clube → Fico em Casa | 0,1623 | 0,1599 | 0,0631 | 0,0631 | 2,572 | 0,1623 |

Adeptos com ensino Superior:

| | Hipótese | Original Sample (O) | Sample Mean (M) | Standard Deviation (STDEV) | Standard Error (STERR) | T Statistics (O/STERR) | Beta |
|----|---|---------------------|-----------------|----------------------------|------------------------|--------------------------|---------|
| 1 | Marketing → Interesse no clube | 0,0536 | 0,0629 | 0,0455 | 0,0455 | 1,178 | 0,0536 |
| 2 | Atmosfera / Entretenimento → Interesse no clube | 0,2397 | 0,2312 | 0,0858 | 0,0858 | 2,7925 | 0,2397 |
| 3 | Confiança no Dirigismo → Interesse no clube | -0,0331 | -0,068 | 0,0502 | 0,0502 | 0,6606 | -0,0331 |
| 4 | Fator Económico → Interesse no clube | -0,1024 | -0,1078 | 0,0548 | 0,0548 | 1,8673 | -0,1024 |
| 5 | Qualidade do Futebol → Interesse no clube | -0,1323 | -0,1162 | 0,0655 | 0,0655 | 2,0195 | -0,1323 |
| 6 | Performance Desportivo → Interesse no clube | 0,2518 | 0,2541 | 0,0638 | 0,0638 | 3,9457 | 0,2518 |
| 7 | Marketing → Atmosfera / Entretenimento | 0,1006 | 0,1122 | 0,0479 | 0,0479 | 2,1028 | 0,1006 |
| 8 | Família → Violência / Segurança | -0,0125 | -0,0503 | 0,0363 | 0,0363 | 0,3457 | -0,0125 |
| 9 | Família → Horários dos Jogos | -0,0361 | -0,085 | 0,0638 | 0,0638 | 0,5655 | -0,0361 |
| 10 | Horários dos Jogos → Fico em Casa | 0,2636 | 0,2739 | 0,0667 | 0,0667 | 2,9506 | -0,2636 |
| 11 | Distância / Acessibilidades → Fator Económico | 0,1744 | 0,1666 | 0,0769 | 0,0769 | 2,2669 | 0,1744 |
| 12 | Confiança no Dirigismo → Fator Económico | 0,3352 | 0,3547 | 0,053 | 0,053 | 6,3245 | 0,3352 |
| 13 | Qualidade das Infraestruturas → Fico em Casa | 0,111 | 0,1198 | 0,0536 | 0,0536 | 2,0707 | 0,111 |
| 14 | Transmissões Televisivas → Fico em Casa | 0,3158 | 0,3044 | 0,0575 | 0,0575 | 5,4895 | 0,3158 |
| 15 | Competitividade → Fico em Casa | 0,0821 | 0,0765 | 0,044 | 0,044 | 1,8652 | 0,0821 |
| 16 | Atmosfera / Entretenimento → Fico em Casa | 0,0219 | 0,0433 | 0,0341 | 0,0341 | 0,6413 | 0,0219 |
| 17 | Violência / Segurança → Fico em Casa | 0,0772 | 0,087 | 0,0535 | 0,0535 | 1,4443 | 0,0772 |
| 18 | Família → Fico em Casa | 0,0374 | 0,0571 | 0,0377 | 0,0377 | 0,9905 | 0,0374 |
| 19 | Interação Social → Fico em Casa | -0,162 | -0,1682 | 0,0507 | 0,0507 | 3,1974 | -0,162 |
| 20 | Distância / Acessibilidades → Fico em Casa | -0,0162 | -0,0402 | 0,0286 | 0,0286 | 0,5657 | -0,0162 |
| 21 | Fator Económico → Fico em Casa | -0,0125 | -0,0418 | 0,033 | 0,033 | 0,3781 | -0,0125 |
| 22 | Qualidade do Futebol → Fico em Casa | -0,0751 | -0,0742 | 0,0531 | 0,0531 | 1,4147 | -0,0751 |
| 23 | Performance Desportivo → Fico em Casa | -0,0195 | -0,0498 | 0,0376 | 0,0376 | 0,5192 | -0,0195 |
| 24 | Interesse no clube → Fico em Casa | 0,2128 | 0,2098 | 0,0611 | 0,0611 | 3,4847 | 0,2128 |

Divisão por clube

Adeptos do Benfica

| | Hipótese | Original Sample (O) | Sample Mean (M) | Standard Deviation (STDEV) | Standard Error (STERR) | T Statistics (O/STERR) | Beta |
|----|---|---------------------------|-----------------------|----------------------------------|------------------------------|-----------------------------|---------|
| 1 | Marketing → Interesse no clube | 0,0626 | 0,0781 | 0,0479 | 0,0479 | 1,3085 | 0,0626 |
| 2 | Atmosfera / Entretenimento → Interesse no clube | 0,0923 | 0,1135 | 0,0731 | 0,0731 | 1,2626 | 0,0923 |
| 3 | Confiança no Dirigismo → Interesse no clube | -0,2727 | -0,2675 | 0,0989 | 0,0989 | 2,7562 | -0,2727 |
| 4 | Fator Económico → Interesse no clube | -0,0117 | -0,075 | 0,0561 | 0,0561 | 0,2085 | -0,0117 |
| 5 | Qualidade do Futebol → Interesse no clube | -0,089 | -0,1136 | 0,0664 | 0,0664 | 1,3389 | -0,089 |
| 6 | Performance Desportivo → Interesse no clube | 0,2464 | 0,2397 | 0,1153 | 0,1153 | 2,1373 | 0,2464 |
| 7 | Marketing → Atmosfera / Entretenimento | 0,0149 | 0,0885 | 0,0615 | 0,0615 | 0,243 | 0,0149 |
| 8 | Família → Violência / Segurança | 0,0844 | 0,0994 | 0,0702 | 0,0702 | 1,2032 | 0,0844 |
| 9 | Família → Horários dos Jogos | 0,1754 | 0,1725 | 0,0909 | 0,0909 | 1,9296 | 0,1754 |
| 10 | Horários dos Jogos → Fico em Casa | 0,2369 | 0,2506 | 0,0944 | 0,0944 | 1,5098 | -0,2369 |
| 11 | Distância / Acessibilidades → Fator Económico | 0,103 | 0,1236 | 0,0615 | 0,0615 | 1,675 | 0,103 |
| 12 | Confiança no Dirigismo → Fator Económico | 0,5613 | 0,5638 | 0,055 | 0,055 | 10,2057 | 0,5613 |
| 13 | Qualidade das Infraestruturas → Fico em Casa | 0,1865 | 0,1873 | 0,0789 | 0,0789 | 2,3642 | 0,1865 |
| 14 | Transmissões Televisivas → Fico em Casa | 0,2287 | 0,2196 | 0,0718 | 0,0718 | 3,1838 | 0,2287 |
| 15 | Competitividade → Fico em Casa | 0,1526 | 0,1306 | 0,0669 | 0,0669 | 2,2791 | 0,1526 |
| 16 | Atmosfera / Entretenimento → Fico em Casa | 0,1262 | 0,126 | 0,0792 | 0,0792 | 1,5927 | 0,1262 |
| 17 | Violência / Segurança → Fico em Casa | 0,1082 | 0,1236 | 0,0759 | 0,0759 | 1,4255 | 0,1082 |
| 18 | Família → Fico em Casa | 0,022 | 0,0759 | 0,0519 | 0,0519 | 0,424 | 0,022 |
| 19 | Interação Social → Fico em Casa | -0,211 | -0,237 | 0,082 | 0,082 | 2,5719 | -0,211 |
| 20 | Distância / Acessibilidades → Fico em Casa | 0,0345 | 0,0647 | 0,0487 | 0,0487 | 0,7076 | 0,0345 |
| 21 | Fator Económico → Fico em Casa | -0,1389 | -0,1301 | 0,0609 | 0,0609 | 2,2813 | -0,1389 |
| 22 | Qualidade do Futebol → Fico em Casa | -0,0787 | -0,0826 | 0,0548 | 0,0548 | 1,4364 | -0,0787 |
| 23 | Performance Desportivo → Fico em Casa | -0,0768 | -0,0962 | 0,0598 | 0,0598 | 1,2838 | -0,0768 |
| 24 | Interesse no clube → Fico em Casa | 0,1637 | 0,1562 | 0,0636 | 0,0636 | 2,5736 | 0,1637 |

Adeptos do Sporting:

| | Hipótese | Original Sample (O) | Sample Mean (M) | Standard Deviation (STDEV) | Standard Error (STERR) | T Statistics (O/STERR) | Beta |
|----|---|---------------------------|-----------------------|----------------------------------|------------------------------|-----------------------------|---------|
| 1 | Marketing → Interesse no clube | 0,2679 | 0,247 | 0,0812 | 0,0812 | 3,2997 | 0,2679 |
| 2 | Atmosfera / Entretenimento → Interesse no clube | 0,1766 | 0,189 | 0,1101 | 0,1101 | 1,6037 | 0,1766 |
| 3 | Confiança no Dirigismo → Interesse no clube | -0,1838 | -0,1781 | 0,0854 | 0,0854 | 2,1526 | -0,1838 |
| 4 | Fator Económico → Interesse no clube | -0,1307 | -0,1251 | 0,0663 | 0,0663 | 1,9715 | -0,1307 |
| 5 | Qualidade do Futebol → Interesse no clube | -0,011 | -0,0896 | 0,0715 | 0,0715 | 0,1545 | -0,011 |
| 6 | Performance Desportivo → Interesse no clube | 0,0423 | 0,0991 | 0,0781 | 0,0781 | 0,542 | 0,0423 |
| 7 | Marketing → Atmosfera / Entretenimento | 0,2004 | 0,2047 | 0,077 | 0,077 | 2,604 | 0,2004 |
| 8 | Família → Violência / Segurança | 0,0661 | 0,0788 | 0,0542 | 0,0542 | 1,22 | 0,0661 |
| 9 | Família → Horários dos Jogos | 0,2417 | 0,2541 | 0,0917 | 0,0917 | 2,6374 | 0,2417 |
| 10 | Horários dos Jogos → Fico em Casa | 0,0105 | 0,2033 | 0,1265 | 0,1265 | 0,0831 | -0,0105 |
| 11 | Distância / Acessibilidades → Fator Económico | 0,2932 | 0,2771 | 0,1169 | 0,1169 | 2,5081 | 0,2932 |
| 12 | Confiança no Dirigismo → Fator Económico | 0,2406 | 0,2654 | 0,0977 | 0,0977 | 2,4642 | 0,2406 |
| 13 | Qualidade das Infraestruturas → Fico em Casa | 0,0201 | 0,1023 | 0,0732 | 0,0732 | 0,2752 | 0,0201 |
| 14 | Transmissões Televisivas → Fico em Casa | 0,2065 | 0,2379 | 0,0798 | 0,0798 | 2,5884 | 0,2065 |
| 15 | Competitividade → Fico em Casa | -0,0148 | -0,0783 | 0,0643 | 0,0643 | 0,2306 | -0,0148 |
| 16 | Atmosfera / Entretenimento → Fico em Casa | 0,1042 | 0,0927 | 0,0639 | 0,0639 | 1,631 | 0,1042 |
| 17 | Violência / Segurança → Fico em Casa | 0,1599 | 0,1598 | 0,0896 | 0,0896 | 1,7841 | 0,1599 |
| 18 | Família → Fico em Casa | 0,0621 | 0,0817 | 0,0625 | 0,0625 | 0,9935 | 0,0621 |
| 19 | Interação Social → Fico em Casa | -0,1769 | -0,1704 | 0,0729 | 0,0729 | 2,4266 | -0,1769 |
| 20 | Distância / Acessibilidades → Fico em Casa | 0,0584 | 0,117 | 0,0797 | 0,0797 | 0,7325 | 0,0584 |
| 21 | Fator Económico → Fico em Casa | -0,0763 | -0,0906 | 0,0656 | 0,0656 | 1,1643 | -0,0763 |
| 22 | Qualidade do Futebol → Fico em Casa | -0,206 | -0,173 | 0,0813 | 0,0813 | 2,5332 | -0,206 |
| 23 | Performance Desportivo → Fico em Casa | -0,0901 | -0,0969 | 0,067 | 0,067 | 1,3452 | -0,0901 |
| 24 | Interesse no clube → Fico em Casa | 0,0384 | 0,0843 | 0,0587 | 0,0587 | 0,6552 | 0,0384 |

Adeptos do Porto:

| | Hipótese | Original Sample (O) | Sample Mean (M) | Standard Deviation (STDEV) | Standard Error (STERR) | T Statistics (O/STERR) | Beta |
|----|---|---------------------|-----------------|----------------------------|------------------------|--------------------------|---------|
| 1 | Marketing → Interesse no clube | 0,1589 | 0,1649 | 0,0793 | 0,0793 | 2,003 | 0,1589 |
| 2 | Atmosfera / Entretenimento → Interesse no clube | 0,0278 | 0,0972 | 0,0755 | 0,0755 | 0,3677 | 0,0278 |
| 3 | Confiança no Dirigismo → Interesse no clube | 0,0571 | 0,1119 | 0,0783 | 0,0783 | 0,729 | 0,0571 |
| 4 | Fator Económico → Interesse no clube | -0,239 | -0,2102 | 0,0916 | 0,0916 | 2,6088 | -0,239 |
| 5 | Qualidade do Futebol → Interesse no clube | 0,0793 | 0,1077 | 0,076 | 0,076 | 1,0443 | 0,0793 |
| 6 | Performance Desportivo → Interesse no clube | -0,1158 | -0,1199 | 0,0788 | 0,0788 | 1,4685 | -0,1158 |
| 7 | Marketing → Atmosfera / Entretenimento | 0,4019 | 0,4059 | 0,0954 | 0,0954 | 4,2135 | 0,4019 |
| 8 | Família → Violência / Segurança | 0,2381 | 0,2673 | 0,133 | 0,133 | 1,791 | 0,2381 |
| 9 | Família → Horários dos Jogos | -0,092 | -0,1912 | 0,1045 | 0,1045 | 0,8802 | -0,092 |
| 10 | Horários dos Jogos → Fico em Casa | 0,1113 | 0,2415 | 0,1225 | 0,1225 | 0,9083 | 0,1113 |
| 11 | Distância / Acessibilidades → Fator Económico | 0,2434 | 0,2991 | 0,1209 | 0,1209 | 2,0132 | 0,2434 |
| 12 | Confiança no Dirigismo → Fator Económico | 0,1753 | 0,2196 | 0,1062 | 0,1062 | 1,6507 | 0,1753 |
| 13 | Qualidade das Infraestruturas → Fico em Casa | -0,0966 | -0,1494 | 0,087 | 0,087 | 1,1111 | -0,0966 |
| 14 | Transmissões Televisivas → Fico em Casa | 0,348 | 0,3341 | 0,1001 | 0,1001 | 3,477 | 0,348 |
| 15 | Competitividade → Fico em Casa | 0,0135 | 0,0726 | 0,0532 | 0,0532 | 0,253 | 0,0135 |
| 16 | Atmosfera / Entretenimento → Fico em Casa | 0,1979 | 0,2165 | 0,0823 | 0,0823 | 2,4057 | 0,1979 |
| 17 | Violência / Segurança → Fico em Casa | -0,1982 | -0,2017 | 0,0936 | 0,0936 | 2,1187 | -0,1982 |
| 18 | Família → Fico em Casa | 0,1648 | 0,1902 | 0,1083 | 0,1083 | 1,5206 | 0,1648 |
| 19 | Interação Social → Fico em Casa | -0,0477 | -0,1194 | 0,0903 | 0,0903 | 0,5282 | -0,0477 |
| 20 | Distância / Acessibilidades → Fico em Casa | -0,0165 | -0,0797 | 0,0612 | 0,0612 | 0,2705 | -0,0165 |
| 21 | Fator Económico → Fico em Casa | -0,0746 | -0,1073 | 0,078 | 0,078 | 0,9567 | -0,0746 |
| 22 | Qualidade do Futebol → Fico em Casa | -0,1427 | -0,1461 | 0,1005 | 0,1005 | 1,4194 | -0,1427 |
| 23 | Performance Desportivo → Fico em Casa | -0,1445 | -0,1328 | 0,0785 | 0,0785 | 1,8413 | -0,1445 |
| 24 | Interesse no clube → Fico em Casa | 0,2351 | 0,2247 | 0,1078 | 0,1078 | 2,1799 | 0,2351 |

Adeptos dos outros clubes que não Benfica, Sporting e Porto:

| | Hipótese | Original Sample (O) | Sample Mean (M) | Standard Deviation (STDEV) | Standard Error (STERR) | T Statistics (O/STERR) | Beta |
|----|---|---------------------------|-----------------------|----------------------------------|------------------------------|-----------------------------|---------|
| 1 | Marketing → Interesse no clube | -0,1141 | -0,1205 | 0,0774 | 0,0774 | 1,4739 | -0,1141 |
| 2 | Atmosfera / Entretenimento → Interesse no clube | 0,1856 | 0,1869 | 0,116 | 0,116 | 1,5994 | 0,1856 |
| 3 | Confiança no Dirigismo → Interesse no clube | 0,0063 | 0,0889 | 0,0652 | 0,0652 | 0,0963 | 0,0063 |
| 4 | Fator Económico → Interesse no clube | -0,1243 | -0,1332 | 0,0839 | 0,0839 | 1,4808 | -0,1243 |
| 5 | Qualidade do Futebol → Interesse no clube | -0,119 | -0,1369 | 0,0926 | 0,0926 | 1,2852 | -0,119 |
| 6 | Performance Desportivo → Interesse no clube | 0,0096 | 0,097 | 0,0626 | 0,0626 | 0,1542 | 0,0096 |
| 7 | Marketing → Atmosfera / Entretenimento | 0,0742 | 0,1087 | 0,0739 | 0,0739 | 1,0041 | 0,0742 |
| 8 | Família → Violência / Segurança | 0,2238 | 0,2201 | 0,1001 | 0,1001 | 2,2363 | 0,2238 |
| 9 | Família → Horários dos Jogos | -0,0825 | -0,1562 | 0,0989 | 0,0989 | 0,8345 | -0,0825 |
| 10 | Horários dos Jogos → Fico em Casa | 0,2527 | 0,299 | 0,1141 | 0,1141 | 2,2142 | 0,2527 |
| 11 | Distância / Acessibilidades → Fator Económico | 0,2099 | 0,2503 | 0,1252 | 0,1252 | 1,6761 | 0,2099 |
| 12 | Confiança no Dirigismo → Fator Económico | 0,2878 | 0,3152 | 0,1215 | 0,1215 | 2,3691 | 0,2878 |
| 13 | Qualidade das Infraestruturas → Fico em Casa | 0,0855 | 0,1304 | 0,0738 | 0,0738 | 1,1581 | 0,0855 |
| 14 | Transmissões Televisivas → Fico em Casa | 0,3022 | 0,2989 | 0,0928 | 0,0928 | 3,2563 | 0,3022 |
| 15 | Competitividade → Fico em Casa | -0,0343 | -0,084 | 0,0641 | 0,0641 | 0,5349 | -0,0343 |
| 16 | Atmosfera / Entretenimento → Fico em Casa | 0,1127 | 0,1202 | 0,0753 | 0,0753 | 1,4964 | 0,1127 |
| 17 | Violência / Segurança → Fico em Casa | -0,1506 | -0,1332 | 0,0884 | 0,0884 | 1,7038 | -0,1506 |
| 18 | Família → Fico em Casa | 0,0827 | 0,0974 | 0,068 | 0,068 | 1,2164 | 0,0827 |
| 19 | Interação Social → Fico em Casa | -0,0958 | -0,1118 | 0,0781 | 0,0781 | 1,2265 | -0,0958 |
| 20 | Distância / Acessibilidades → Fico em Casa | 0,0938 | 0,0923 | 0,0679 | 0,0679 | 1,3824 | 0,0938 |
| 21 | Fator Económico → Fico em Casa | -0,0547 | -0,0795 | 0,0624 | 0,0624 | 0,8765 | -0,0547 |
| 22 | Qualidade do Futebol → Fico em Casa | 0,0048 | 0,0931 | 0,058 | 0,058 | 0,0834 | 0,0048 |
| 23 | Performance Desportivo → Fico em Casa | 0,0122 | 0,067 | 0,0537 | 0,0537 | 0,2272 | 0,0122 |
| 24 | Interesse no clube → Fico em Casa | 0,3987 | 0,3916 | 0,0839 | 0,0839 | 4,7532 | 0,3987 |

Anexo VI – Cálculos da análise estatística dos Multigrupos

Divisão por Idade

| Hipótese | Menos de 18 Anos | | Entre 18 e 29 Anos | | T Value | Menos de 18 Anos | | Entre 30 e 39 Anos | | T Value |
|----------|------------------|----------|--------------------|----------|---------|------------------|----------|--------------------|----------|---------|
| | T Statistics | β | T Statistics | β | | T Statistics | β | T Statistics | β | |
| 1 | 1,1178 | 0,0973 | 0,0256 | - 0,0011 | 1,3283 | 1,1178 | 0,0973 | 0,8694 | 0,0565 | 0,1927 |
| 2 | 0,7224 | - 0,0848 | 2,0408 | 0,1819 | 1,1669 | 0,7224 | - 0,0848 | 3,6491 | 0,4011 | 2,3126 |
| 3 | 4,4612 | - 0,5466 | 2,4191 | - 0,1304 | 2,3615 | 4,4612 | - 0,5466 | 1,7017 | 0,1191 | 4,3976 |
| 4 | 3,0404 | - 0,5283 | 2,3737 | - 0,1284 | 2,2688 | 3,0404 | - 0,5283 | 2,7228 | - 0,2610 | 1,4377 |
| 5 | 0,0039 | - 0,0002 | 1,4640 | - 0,0854 | 0,1231 | 0,0039 | - 0,0002 | 1,6089 | - 0,1204 | 0,3897 |
| 6 | 3,0501 | 0,3584 | 2,5618 | 0,1821 | 0,7799 | 3,0501 | 0,3584 | 3,1205 | 0,2961 | 0,3835 |
| 7 | 0,9584 | - 0,0710 | 2,1923 | 0,1122 | 1,4059 | 0,9584 | - 0,0710 | 0,4570 | 0,0360 | 1,4966 |
| 8 | 2,5664 | 0,2553 | 3,5707 | 0,1553 | 0,7338 | 2,5664 | 0,2553 | 0,1778 | - 0,0114 | 2,7288 |
| 9 | 1,7947 | 0,1792 | 1,7587 | 0,1305 | 0,4284 | 1,7947 | 0,1792 | 0,3839 | 0,0476 | 0,1947 |
| 10 | 3,2161 | - 0,4186 | 2,5756 | - 0,0118 | 3,1666 | 3,2161 | - 0,4186 | 0,9662 | 0,3256 | 3,5107 |
| 11 | 2,0170 | 0,3183 | 2,7452 | 0,1997 | 0,3416 | 2,0170 | 0,3183 | 1,0192 | 0,1294 | 0,2631 |
| 12 | 3,7692 | - 0,4400 | 5,5260 | 0,3160 | 4,2703 | 3,7692 | - 0,4400 | 3,9180 | 0,4333 | 4,1091 |
| 13 | 1,6893 | 0,2357 | 2,4722 | 0,1505 | 0,4890 | 1,6893 | 0,2357 | 1,5364 | 0,1150 | 0,7246 |
| 14 | 3,4596 | 0,3918 | 4,9954 | 0,2784 | 0,6955 | 3,4596 | 0,3918 | 3,9635 | 0,3964 | 0,0053 |
| 15 | 1,4628 | - 0,1360 | 1,5963 | - 0,0680 | 0,8795 | 1,4628 | - 0,1360 | 0,9804 | - 0,0526 | 1,0843 |
| 16 | 2,4430 | 0,3964 | 1,9038 | 0,1092 | 1,0628 | 2,4430 | 0,3964 | 0,1133 | 0,0070 | 1,5982 |
| 17 | 1,3248 | - 0,1892 | 2,4554 | 0,1531 | 1,7809 | 1,3248 | - 0,1892 | 1,1521 | - 0,1025 | 0,3294 |
| 18 | 1,1774 | 0,1309 | 0,9068 | 0,0281 | 1,0599 | 1,1774 | 0,1309 | 1,7348 | 0,1317 | 0,0804 |
| 19 | 1,7489 | - 0,2210 | 2,2723 | - 0,1314 | 0,3159 | 1,7489 | - 0,2210 | 3,5139 | - 0,2987 | 0,5632 |
| 20 | 2,1946 | - 0,2289 | 0,4390 | 0,0194 | 1,6531 | 2,1946 | - 0,2289 | 0,9876 | 0,0588 | 2,0883 |
| 21 | 0,1774 | - 0,0162 | 1,0669 | - 0,0431 | 0,4576 | 0,1774 | - 0,0162 | 0,3541 | - 0,0211 | 0,3476 |
| 22 | 2,7808 | - 0,3388 | 1,1113 | - 0,0517 | 1,3165 | 2,7808 | - 0,3388 | 0,0734 | - 0,0039 | 1,5685 |
| 23 | 0,2667 | - 0,0343 | 2,0438 | - 0,1145 | 0,3090 | 0,2667 | - 0,0343 | 0,7756 | 0,0480 | 1,8726 |
| 24 | 0,1199 | 0,0113 | 2,4432 | 0,1329 | 0,0724 | 0,1199 | 0,0113 | 1,9856 | 0,1938 | 0,4474 |

| Hipótese | Menos de 18 Anos | | Acima dos 40 Anos | | T Value | Entre 18 e 29 Anos | | Entre 30 e 39 Anos | | T Value |
|----------|------------------|----------|-------------------|----------|---------|--------------------|----------|--------------------|----------|---------|
| | T Statistics | β | T Statistics | β | | T Statistics | β | T Statistics | β | |
| 1 | 1,1178 | 0,0973 | 0,6910 | 0,0681 | 0,1198 | 0,0256 | - 0,0011 | 0,8694 | 0,0565 | 1,8584 |
| 2 | 0,7224 | - 0,0848 | 0,8030 | 0,0726 | 0,5204 | 2,0408 | 0,1819 | 3,6491 | 0,4011 | 1,0249 |
| 3 | 4,4612 | - 0,5466 | 3,2618 | - 0,3647 | 0,9932 | 2,4191 | - 0,1304 | 1,7017 | 0,1191 | 2,3656 |
| 4 | 3,0404 | - 0,5283 | 0,2380 | 0,0166 | 3,9845 | 2,3737 | - 0,1284 | 2,7228 | - 0,2610 | 1,0025 |
| 5 | 0,0039 | - 0,0002 | 0,4508 | - 0,0575 | 0,5203 | 1,4640 | - 0,0854 | 1,6089 | - 0,1204 | 0,3011 |
| 6 | 3,0501 | 0,3584 | 3,0056 | 0,3556 | 0,0856 | 2,5618 | 0,1821 | 3,1205 | 0,2961 | 0,7543 |
| 7 | 0,9584 | - 0,0710 | 2,3400 | 0,2703 | 2,0459 | 2,1923 | 0,1122 | 0,4570 | 0,0360 | 0,0216 |
| 8 | 2,5664 | 0,2553 | 1,5366 | - 0,1853 | 2,3861 | 3,5707 | 0,1553 | 0,1778 | - 0,0114 | 3,0543 |
| 9 | 1,7947 | 0,1792 | 2,1459 | 0,2505 | 0,2103 | 1,7587 | 0,1305 | 0,3839 | 0,0476 | 0,3582 |
| 10 | 3,2161 | - 0,4186 | 1,7858 | - 0,1686 | 3,7445 | 2,5756 | - 0,0118 | 0,9662 | 0,3256 | 1,0269 |
| 11 | 2,0170 | 0,3183 | 1,9230 | 0,2467 | 0,2396 | 2,7452 | 0,1997 | 1,0192 | 0,1294 | 0,0856 |
| 12 | 3,7692 | - 0,4400 | 4,9722 | 0,4885 | 5,5482 | 5,5260 | 0,3160 | 3,9180 | 0,4333 | 0,9410 |
| 13 | 1,6893 | 0,2357 | 1,4633 | 0,1530 | 0,3486 | 2,4722 | 0,1505 | 1,5364 | 0,1150 | 0,1818 |
| 14 | 3,4596 | 0,3918 | 1,7974 | 0,1800 | 1,0828 | 4,9954 | 0,2784 | 3,9635 | 0,3964 | 1,0697 |
| 15 | 1,4628 | - 0,1360 | 0,8532 | 0,0641 | 2,2652 | 1,5963 | - 0,0680 | 0,9804 | - 0,0526 | 0,0348 |
| 16 | 2,4430 | 0,3964 | 1,0526 | 0,0885 | 1,0921 | 1,9038 | 0,1092 | 0,1133 | 0,0070 | 0,3549 |
| 17 | 1,3248 | - 0,1892 | 1,4830 | - 0,1323 | 0,3621 | 2,4554 | 0,1531 | 1,1521 | - 0,1025 | 2,4410 |
| 18 | 1,1774 | 0,1309 | 0,9858 | - 0,0958 | 1,6837 | 0,9068 | 0,0281 | 1,7348 | 0,1317 | 1,3640 |
| 19 | 1,7489 | - 0,2210 | 1,9250 | - 0,2181 | 0,0133 | 2,2723 | - 0,1314 | 3,5139 | - 0,2987 | 1,3868 |
| 20 | 2,1946 | - 0,2289 | 0,8595 | 0,0872 | 1,7882 | 0,4390 | 0,0194 | 0,9876 | 0,0588 | 0,3378 |
| 21 | 0,1774 | - 0,0162 | 0,3052 | 0,0255 | 1,5659 | 1,0669 | - 0,0431 | 0,3541 | - 0,0211 | 0,2107 |
| 22 | 2,7808 | - 0,3388 | 1,0655 | 0,1031 | 2,3168 | 1,1113 | - 0,0517 | 0,0734 | - 0,0039 | 0,0861 |
| 23 | 0,2667 | - 0,0343 | 1,6238 | - 0,2193 | 0,3495 | 2,0438 | - 0,1145 | 0,7756 | 0,0480 | 1,9231 |
| 24 | 0,1199 | 0,0113 | 2,1921 | 0,2620 | 0,8725 | 2,4432 | 0,1329 | 1,9856 | 0,1938 | 0,6491 |

| Hipótese | Entre 18 e 29 Anos | | Acima dos 40 Anos | | T Value | Entre 30 e 39 Anos | | Acima dos 40 Anos | | T Value |
|----------|--------------------|----------|-------------------|----------|---------|--------------------|----------|-------------------|----------|---------|
| | T Statistics | β | T Statistics | β | | T Statistics | β | T Statistics | β | |
| 1 | 0,0256 | - 0,0011 | 0,6910 | 0,0681 | 2,0285 | 0,8694 | 0,0565 | 0,6910 | 0,0681 | 0,3889 |
| 2 | 2,0408 | 0,1819 | 0,8030 | 0,0726 | 0,4043 | 3,6491 | 0,4011 | 0,8030 | 0,0726 | 1,6051 |
| 3 | 2,4191 | - 0,1304 | 3,2618 | - 0,3647 | 1,7161 | 1,7017 | 0,1191 | 3,2618 | - 0,3647 | 3,4547 |
| 4 | 2,3737 | - 0,1284 | 0,2380 | 0,0166 | 2,0716 | 2,7228 | - 0,2610 | 0,2380 | 0,0166 | 2,6634 |
| 5 | 1,4640 | - 0,0854 | 0,4508 | - 0,0575 | 0,6607 | 1,6089 | - 0,1204 | 0,4508 | - 0,0575 | 0,3776 |
| 6 | 2,5618 | 0,1821 | 3,0056 | 0,3556 | 1,2592 | 3,1205 | 0,2961 | 3,0056 | 0,3556 | 0,5840 |
| 7 | 2,1923 | 0,1122 | 2,3400 | 0,2703 | 1,4725 | 0,4570 | 0,0360 | 2,3400 | 0,2703 | 1,2299 |
| 8 | 3,5707 | 0,1553 | 1,5366 | - 0,1853 | 3,6725 | 0,1778 | - 0,0114 | 1,5366 | - 0,1853 | 1,0183 |
| 9 | 1,7587 | 0,1305 | 2,1459 | 0,2505 | 0,8991 | 0,3839 | 0,0476 | 2,1459 | 0,2505 | 0,4941 |
| 10 | 2,5756 | - 0,0118 | 1,7858 | - 0,1686 | 1,1925 | 0,9662 | 0,3256 | 1,7858 | - 0,1686 | 0,2027 |
| 11 | 2,7452 | 0,1997 | 1,9230 | 0,2467 | 0,1468 | 1,0192 | 0,1294 | 1,9230 | 0,2467 | 0,0560 |
| 12 | 5,5260 | 0,3160 | 4,9722 | 0,4885 | 1,6983 | 3,9180 | 0,4333 | 4,9722 | 0,4885 | 0,6194 |
| 13 | 2,4722 | 0,1505 | 1,4633 | 0,1530 | 0,2107 | 1,5364 | 0,1150 | 1,4633 | 0,1530 | 0,3759 |
| 14 | 4,9954 | 0,2784 | 1,7974 | 0,1800 | 0,5871 | 3,9635 | 0,3964 | 1,7974 | 0,1800 | 1,3053 |
| 15 | 1,5963 | - 0,0680 | 0,8532 | 0,0641 | 2,0568 | 0,9804 | - 0,0526 | 0,8532 | 0,0641 | 2,0261 |
| 16 | 1,9038 | 0,1092 | 1,0526 | 0,0885 | 0,0779 | 0,1133 | 0,0070 | 1,0526 | 0,0885 | 0,4462 |
| 17 | 2,4554 | 0,1531 | 1,4830 | - 0,1323 | 2,2338 | 1,1521 | - 0,1025 | 1,4830 | - 0,1323 | 0,0133 |
| 18 | 0,9068 | 0,0281 | 0,9858 | - 0,0958 | 2,2975 | 1,7348 | 0,1317 | 0,9858 | - 0,0958 | 2,2496 |
| 19 | 2,2723 | - 0,1314 | 1,9250 | - 0,2181 | 0,4320 | 3,5139 | - 0,2987 | 1,9250 | - 0,2181 | 0,7022 |
| 20 | 0,4390 | 0,0194 | 0,8595 | 0,0872 | 0,8549 | 0,9876 | 0,0588 | 0,8595 | 0,0872 | 0,5103 |
| 21 | 1,0669 | - 0,0431 | 0,3052 | 0,0255 | 1,9148 | 0,3541 | - 0,0211 | 0,3052 | 0,0255 | 1,8538 |
| 22 | 1,1113 | - 0,0517 | 1,0655 | 0,1031 | 2,0225 | 0,0734 | - 0,0039 | 1,0655 | 0,1031 | 2,0353 |
| 23 | 2,0438 | - 0,1145 | 1,6238 | - 0,2193 | 1,0475 | 0,7756 | 0,0480 | 1,6238 | - 0,2193 | 2,3688 |
| 24 | 2,4432 | 0,1329 | 2,1921 | 0,2620 | 1,3379 | 1,9856 | 0,1938 | 2,1921 | 0,2620 | 0,5984 |

Divisão por Estado Civil

| Hipótese | | Solteiro | | Casado | | T Value |
|----------|---|--------------|----------|--------------|----------|---------|
| | | T Statistics | β | T Statistics | β | |
| 1 | Marketing → Interesse no clube | 0,0435 | 0,0027 | 0,9498 | 0,0294 | 0,7275 |
| 2 | Atmosfera / Entretenimento → Interesse no clube | 2,5922 | 0,2862 | 2,0610 | 0,1441 | 1,1677 |
| 3 | Confiança no Dirigismo → Interesse no clube | 1,4345 | - 0,1154 | 2,8239 | - 0,1317 | 0,1177 |
| 4 | Fator Económico → Interesse no clube | 2,3547 | - 0,2004 | 2,2706 | - 0,1043 | 0,7696 |
| 5 | Qualidade do Futebol → Interesse no clube | 0,9219 | - 0,0865 | 1,7630 | - 0,0778 | 0,5746 |
| 6 | Performance Desportivo → Interesse no clube | 2,1375 | 0,1864 | 5,0444 | 0,2655 | 0,9517 |
| 7 | Marketing → Atmosfera / Entretenimento | 2,6255 | 0,2165 | 2,6192 | 0,1004 | 1,3828 |
| 8 | Família → Violência / Segurança | 1,9816 | - 0,1693 | 3,4032 | 0,1501 | 3,7451 |
| 9 | Família → Horários dos Jogos | 1,8151 | 0,1704 | 2,8007 | 0,1525 | 0,5389 |
| 10 | Horários dos Jogos → Fico em Casa | 0,8185 | 0,1669 | 2,0014 | - 0,2535 | 1,0528 |
| 11 | Distância / Acessibilidades → Fator Económico | 0,1477 | 0,0171 | 4,7713 | 0,2460 | 0,7990 |
| 12 | Confiança no Dirigismo → Fator Económico | 4,9109 | 0,4247 | 6,5727 | 0,3148 | 1,4099 |
| 13 | Qualidade das Infraestruturas → Fico em Casa | 1,0110 | 0,0647 | 3,3809 | 0,1694 | 0,8845 |
| 14 | Transmissões Televisivas → Fico em Casa | 3,7742 | 0,2934 | 5,3980 | 0,2769 | 0,1119 |
| 15 | Competitividade → Fico em Casa | 0,9349 | - 0,0507 | 2,3450 | - 0,1087 | 0,3946 |
| 16 | Atmosfera / Entretenimento → Fico em Casa | 0,5047 | - 0,0253 | 2,3692 | 0,1132 | 2,1045 |
| 17 | Violência / Segurança → Fico em Casa | 1,4639 | - 0,1087 | 2,0754 | 0,1105 | 2,2296 |
| 18 | Família → Fico em Casa | 1,1271 | - 0,0722 | 1,0914 | 0,0376 | 2,1715 |
| 19 | Interação Social → Fico em Casa | 2,1237 | - 0,1789 | 3,3452 | - 0,1569 | 0,2034 |
| 20 | Distância / Acessibilidades → Fico em Casa | 0,1554 | - 0,0091 | 0,7037 | 0,0219 | 1,8987 |
| 21 | Fator Económico → Fico em Casa | 0,0735 | - 0,0043 | 1,1548 | - 0,0433 | 0,3213 |
| 22 | Qualidade do Futebol → Fico em Casa | 0,8404 | 0,0506 | 1,1944 | - 0,0459 | 1,9553 |
| 23 | Performance Desportivo → Fico em Casa | 1,1778 | - 0,0838 | 2,1112 | - 0,1029 | 0,0308 |
| 24 | Interesse no clube → Fico em Casa | 3,5906 | 0,3070 | 3,2173 | 0,1447 | 1,5155 |

Divisão por Número de Filhos

| Hipótese | | Sem Filhos | | 1 Filho | | T Value |
|----------|---|--------------|----------|--------------|----------|---------|
| | | T Statistics | β | T Statistics | β | |
| 1 | Marketing → Interesse no clube | 1,0945 | 0,0335 | 0,9438 | - 0,1081 | 2,0187 |
| 2 | Atmosfera / Entretenimento → Interesse no clube | 2,5257 | 0,2023 | 2,5530 | 0,4775 | 0,9449 |
| 3 | Confiança no Dirigismo → Interesse no clube | 2,3432 | - 0,1051 | 0,6882 | - 0,0788 | 0,3749 |
| 4 | Fator Económico → Interesse no clube | 2,0056 | - 0,0902 | 2,2631 | - 0,3312 | 1,6350 |
| 5 | Qualidade do Futebol → Interesse no clube | 1,9739 | - 0,0960 | 0,1171 | - 0,0133 | 0,4168 |
| 6 | Performance Desportivo → Interesse no clube | 4,2631 | 0,2552 | 1,2196 | 0,1639 | 0,3844 |
| 7 | Marketing → Atmosfera / Entretenimento | 2,3261 | 0,0933 | 4,4399 | 0,5191 | 3,5868 |
| 8 | Família → Violência / Segurança | 2,5926 | 0,1164 | 1,3657 | 0,1320 | 0,0950 |
| 9 | Família → Horários dos Jogos | 2,1653 | 0,1195 | 2,0225 | - 0,3117 | 2,9433 |
| 10 | Horários dos Jogos → Fico em Casa | 1,3721 | 0,6670 | 1,3217 | - 0,2022 | 2,9848 |
| 11 | Distância / Acessibilidades → Fator Económico | 4,7131 | 0,2432 | 0,8741 | - 0,1391 | 3,1798 |
| 12 | Confiança no Dirigismo → Fator Económico | 6,9700 | 0,3300 | 2,7799 | 0,4473 | 0,9023 |
| 13 | Qualidade das Infraestruturas → Fico em Casa | 3,6481 | 0,1876 | 0,5768 | - 0,0533 | 2,2518 |
| 14 | Transmissões Televisivas → Fico em Casa | 6,3382 | 0,2958 | 1,7893 | 0,2617 | 0,2015 |
| 15 | Competitividade → Fico em Casa | 0,9914 | 0,0339 | 1,1977 | - 0,1261 | 1,9968 |
| 16 | Atmosfera / Entretenimento → Fico em Casa | 2,6552 | 0,1140 | 2,0784 | - 0,4094 | 3,4228 |
| 17 | Violência / Segurança → Fico em Casa | 2,0379 | 0,1004 | 1,7012 | 0,2201 | 0,6022 |
| 18 | Família → Fico em Casa | 0,8215 | 0,0251 | 0,9582 | - 0,0821 | 1,7462 |
| 19 | Interação Social → Fico em Casa | 2,7880 | - 0,1377 | 2,6611 | - 0,3460 | 1,1981 |
| 20 | Distância / Acessibilidades → Fico em Casa | 1,1521 | 0,0417 | 0,0602 | 0,0083 | 1,1668 |
| 21 | Fator Económico → Fico em Casa | 1,5898 | - 0,0669 | 0,3489 | 0,0359 | 1,7532 |
| 22 | Qualidade do Futebol → Fico em Casa | 1,9091 | - 0,0782 | 0,2137 | 0,0204 | 1,7427 |
| 23 | Performance Desportivo → Fico em Casa | 2,5620 | - 0,1209 | 1,0127 | - 0,1448 | 0,6895 |
| 24 | Interesse no clube → Fico em Casa | 3,3293 | 0,1436 | 2,6024 | 0,4394 | 2,3256 |

| Hipótese | Sem Filhos | | 2 Filhos | | T Value | 1 Filho | | 2 Filhos | | T Value |
|----------|-----------------------------|----------|-----------------------------|----------|---------|-----------------------------|----------|-----------------------------|----------|---------|
| | T Statistics (O/STERR) | β | T Statistics (O/STERR) | β | | T Statistics (O/STERR) | β | T Statistics (O/STERR) | β | |
| 1 | 1,0945 | 0,0335 | 1,2937 | 0,1381 | 1,2104 | 0,9438 | - 0,1081 | 1,2937 | 0,1381 | 1,8498 |
| 2 | 2,5257 | 0,2023 | 0,5402 | 0,0640 | 0,0209 | 2,5530 | 0,4775 | 0,5402 | 0,0640 | 1,0373 |
| 3 | 2,3432 | - 0,1051 | 1,9762 | - 0,2446 | 0,4291 | 0,6882 | - 0,0788 | 1,9762 | - 0,2446 | 0,0151 |
| 4 | 2,0056 | - 0,0902 | 1,6694 | - 0,2110 | 0,8340 | 2,2631 | - 0,3312 | 1,6694 | - 0,2110 | 0,6158 |
| 5 | 1,9739 | - 0,0960 | 0,0493 | 0,0061 | 2,1380 | 0,1171 | - 0,0133 | 0,0493 | 0,0061 | 1,9024 |
| 6 | 4,2631 | 0,2552 | 1,0648 | 0,1330 | 0,4193 | 1,2196 | 0,1639 | 1,0648 | 0,1330 | 0,0093 |
| 7 | 2,3261 | 0,0933 | 0,4793 | 0,0487 | 0,4821 | 4,4399 | 0,5191 | 0,4793 | 0,0487 | 2,3927 |
| 8 | 2,5926 | 0,1164 | 1,7737 | - 0,2997 | 3,8081 | 1,3657 | 0,1320 | 1,7737 | - 0,2997 | 2,3763 |
| 9 | 2,1653 | 0,1195 | 1,5770 | 0,2025 | 0,9621 | 2,0225 | - 0,3117 | 1,5770 | 0,2025 | 3,0583 |
| 10 | 1,3721 | 0,6670 | 2,0921 | - 0,3217 | 1,8080 | 1,3217 | - 0,2022 | 2,0921 | - 0,3217 | 3,9551 |
| 11 | 4,7131 | 0,2432 | 0,3226 | 0,0433 | 0,3708 | 0,8741 | - 0,1391 | 0,3226 | 0,0433 | 2,0939 |
| 12 | 6,9700 | 0,3300 | 2,8779 | 0,3968 | 0,8266 | 2,7799 | 0,4473 | 2,8779 | 0,3968 | 0,1092 |
| 13 | 3,6481 | 0,1876 | 1,0872 | 0,1093 | 0,1174 | 0,5768 | - 0,0533 | 1,0872 | 0,1093 | 2,1977 |
| 14 | 6,3382 | 0,2958 | 1,5631 | 0,1982 | 0,2686 | 1,7893 | 0,2617 | 1,5631 | 0,1982 | 0,0276 |
| 15 | 0,9914 | 0,0339 | 0,4260 | 0,0333 | 0,6340 | 1,1977 | - 0,1261 | 0,4260 | 0,0333 | 2,0040 |
| 16 | 2,6552 | 0,1140 | 1,5602 | 0,1610 | 0,2340 | 2,0784 | - 0,4094 | 1,5602 | 0,1610 | 2,3776 |
| 17 | 2,0379 | 0,1004 | 1,7342 | - 0,1938 | 1,9873 | 1,7012 | 0,2201 | 1,7342 | - 0,1938 | 1,9762 |
| 18 | 0,8215 | 0,0251 | 1,4781 | - 0,1554 | 2,2804 | 0,9582 | - 0,0821 | 1,4781 | - 0,1554 | 0,2752 |
| 19 | 2,7880 | - 0,1377 | 1,2990 | - 0,1556 | 0,1133 | 2,6611 | - 0,3460 | 1,2990 | - 0,1556 | 0,8789 |
| 20 | 1,1521 | 0,0417 | 1,5377 | - 0,1446 | 1,8429 | 0,0602 | 0,0083 | 1,5377 | - 0,1446 | 1,8874 |
| 21 | 1,5898 | - 0,0669 | 0,3056 | - 0,0245 | 0,4093 | 0,3489 | 0,0359 | 0,3056 | - 0,0245 | 1,9855 |
| 22 | 1,9091 | - 0,0782 | 0,2550 | 0,0252 | 1,8252 | 0,2137 | 0,0204 | 0,2550 | 0,0252 | 0,0716 |
| 23 | 2,5620 | - 0,1209 | 1,1500 | - 0,1455 | 0,4072 | 1,0127 | - 0,1448 | 1,1500 | - 0,1455 | 0,2355 |
| 24 | 3,3293 | 0,1436 | 3,0686 | 0,3656 | 1,7627 | 2,6024 | 0,4394 | 3,0686 | 0,3656 | 0,5332 |

Divisão por Estado Profissional

| Hipótese | | Estudante | | Empregado | | T Value |
|----------|---|-----------------------------|----------|-----------------------------|----------|---------|
| | | T Statistics (O/STERR) | β | T Statistics (O/STERR) | β | |
| 1 | Marketing → Interesse no clube | 0,7804 | 0,0442 | 1,0178 | 0,0513 | 0,2675 |
| 2 | Atmosfera / Entretenimento → Interesse no clube | 1,2103 | 0,1160 | 3,4214 | 0,3041 | 1,1828 |
| 3 | Confiança no Dirigismo → Interesse no clube | 1,4355 | - 0,0952 | 1,3844 | - 0,0787 | 0,0874 |
| 4 | Fator Económico → Interesse no clube | 1,5889 | - 0,1062 | 2,9465 | - 0,1780 | 0,6198 |
| 5 | Qualidade do Futebol → Interesse no clube | 0,1433 | 0,0075 | 1,8294 | - 0,1378 | 2,0855 |
| 6 | Performance Desportivo → Interesse no clube | 2,5197 | 0,2080 | 3,9255 | 0,2417 | 0,1958 |
| 7 | Marketing → Atmosfera / Entretenimento | 1,5100 | 0,0925 | 2,3450 | 0,1335 | 0,3814 |
| 8 | Família → Violência / Segurança | 3,3517 | 0,1746 | 1,8226 | 0,1194 | 0,7048 |
| 9 | Família → Horários dos Jogos | 2,4195 | 0,1719 | 0,2344 | - 0,0231 | 2,5574 |
| 10 | Horários dos Jogos → Fico em Casa | 0,9835 | 0,1785 | 0,6472 | 0,2546 | 0,3717 |
| 11 | Distância / Acessibilidades → Fator Económico | 2,4381 | 0,2528 | 2,6967 | 0,1735 | 0,6294 |
| 12 | Confiança no Dirigismo → Fator Económico | 2,6089 | 0,2300 | 7,0399 | 0,3972 | 1,6969 |
| 13 | Qualidade das Infraestruturas → Fico em Casa | 2,9208 | 0,1899 | 1,6418 | 0,1079 | 1,0218 |
| 14 | Transmissões Televisivas → Fico em Casa | 2,3286 | 0,1565 | 6,5160 | 0,3572 | 2,1484 |
| 15 | Competitividade → Fico em Casa | 1,0198 | - 0,0515 | 1,0949 | - 0,0457 | 0,1973 |
| 16 | Atmosfera / Entretenimento → Fico em Casa | 1,7793 | 0,1390 | 1,3400 | 0,0730 | 0,5994 |
| 17 | Violência / Segurança → Fico em Casa | 2,5014 | 0,1961 | 1,4772 | - 0,0785 | 2,8583 |
| 18 | Família → Fico em Casa | 0,3074 | - 0,0130 | 0,2628 | 0,0104 | 1,8068 |
| 19 | Interação Social → Fico em Casa | 1,6016 | - 0,0903 | 4,0807 | - 0,2450 | 1,6476 |
| 20 | Distância / Acessibilidades → Fico em Casa | 0,0807 | - 0,0048 | 1,2430 | 0,0553 | 2,1807 |
| 21 | Fator Económico → Fico em Casa | 0,2373 | - 0,0093 | 2,3725 | - 0,1158 | 0,9489 |
| 22 | Qualidade do Futebol → Fico em Casa | 1,7953 | - 0,1067 | 0,8984 | 0,0499 | 2,3697 |
| 23 | Performance Desportivo → Fico em Casa | 2,8124 | - 0,1989 | 1,4169 | - 0,0760 | 1,2696 |
| 24 | Interesse no clube → Fico em Casa | 2,8851 | 0,1818 | 3,0228 | 0,1801 | 0,1166 |

| Hipótese | Estudiante | | Desempleado /Reformado | | T Value | Empleado | | Desempleado /Reformado | | T Value |
|----------|-----------------------------|----------|-----------------------------|----------|---------|-----------------------------|----------|-----------------------------|----------|---------|
| | T Statistics (O/STERR) | β | T Statistics (O/STERR) | β | | T Statistics (O/STERR) | β | T Statistics (O/STERR) | β | |
| 1 | 0,7804 | 0,0442 | 0,6317 | - 0,0758 | 2,3120 | 1,0178 | 0,0513 | 0,6317 | - 0,0758 | 2,1962 |
| 2 | 1,2103 | 0,1160 | 0,3374 | 0,0343 | 0,0245 | 3,4214 | 0,3041 | 0,3374 | 0,0343 | 0,8520 |
| 3 | 1,4355 | - 0,0952 | 1,5423 | - 0,1980 | 0,6528 | 1,3844 | - 0,0787 | 1,5423 | - 0,1980 | 0,7415 |
| 4 | 1,5889 | - 0,1062 | 0,4308 | 0,0526 | 2,0019 | 2,9465 | - 0,1780 | 0,4308 | 0,0526 | 2,4180 |
| 5 | 0,1433 | 0,0075 | 1,7142 | - 0,2377 | 2,3827 | 1,8294 | - 0,1378 | 1,7142 | - 0,2377 | 0,5037 |
| 6 | 2,5197 | 0,2080 | 3,4695 | 0,4422 | 1,2133 | 3,9255 | 0,2417 | 3,4695 | 0,4422 | 1,2727 |
| 7 | 1,5100 | 0,0925 | 1,6589 | 0,2291 | 1,1182 | 2,3450 | 0,1335 | 1,6589 | 0,2291 | 0,8738 |
| 8 | 3,3517 | 0,1746 | 0,5305 | 0,0457 | 0,6919 | 1,8226 | 0,1194 | 0,5305 | 0,0457 | 0,0751 |
| 9 | 2,4195 | 0,1719 | 2,4977 | - 0,3667 | 3,5161 | 0,2344 | - 0,0231 | 2,4977 | - 0,3667 | 0,9398 |
| 10 | 0,9835 | 0,1785 | 1,8305 | 0,3019 | 1,2480 | 0,6472 | 0,2546 | 1,8305 | 0,3019 | 0,7873 |
| 11 | 2,4381 | 0,2528 | 2,3158 | 0,3725 | 0,5550 | 2,6967 | 0,1735 | 2,3158 | 0,3725 | 1,2271 |
| 12 | 2,6089 | 0,2300 | 2,1902 | 0,3669 | 1,0422 | 7,0399 | 0,3972 | 2,1902 | 0,3669 | 0,1414 |
| 13 | 2,9208 | 0,1899 | 1,2795 | 0,1355 | 0,3113 | 1,6418 | 0,1079 | 1,2795 | 0,1355 | 0,3884 |
| 14 | 2,3286 | 0,1565 | 1,8981 | 0,2520 | 0,5480 | 6,5160 | 0,3572 | 1,8981 | 0,2520 | 0,8316 |
| 15 | 1,0198 | - 0,0515 | 1,2652 | - 0,1694 | 0,9852 | 1,0949 | - 0,0457 | 1,2652 | - 0,1694 | 1,1943 |
| 16 | 1,7793 | 0,1390 | 0,2101 | 0,0230 | 0,0408 | 1,3400 | 0,0730 | 0,2101 | 0,0230 | 0,4994 |
| 17 | 2,5014 | 0,1961 | 1,8837 | 0,2668 | 0,2348 | 1,4772 | - 0,0785 | 1,8837 | 0,2668 | 2,3301 |
| 18 | 0,3074 | - 0,0130 | 0,3259 | 0,0289 | 1,9771 | 0,2628 | 0,0104 | 0,3259 | 0,0289 | 0,7945 |
| 19 | 1,6016 | - 0,0903 | 1,5574 | 0,1843 | 1,9549 | 4,0807 | - 0,2450 | 1,5574 | 0,1843 | 2,7651 |
| 20 | 0,0807 | - 0,0048 | 1,6120 | 0,2419 | 2,3090 | 1,2430 | 0,0553 | 1,6120 | 0,2419 | 1,3057 |
| 21 | 0,2373 | - 0,0093 | 0,7945 | 0,1017 | 2,2731 | 2,3725 | - 0,1158 | 0,7945 | 0,1017 | 2,4628 |
| 22 | 1,7953 | - 0,1067 | 0,1370 | - 0,0128 | 0,0561 | 0,8984 | 0,0499 | 0,1370 | - 0,0128 | 1,6467 |
| 23 | 2,8124 | - 0,1989 | 1,7318 | - 0,2008 | 0,0078 | 1,4169 | - 0,0760 | 1,7318 | - 0,2008 | 0,9063 |
| 24 | 2,8851 | 0,1818 | 2,5818 | 0,3082 | 0,6625 | 3,0228 | 0,1801 | 2,5818 | 0,3082 | 0,5655 |

Divisão por nível de Habilitações

| Hipótese | | Sem ensino Superior | | Com Ensino Superior | | T Value |
|----------|---|-----------------------------|----------|-----------------------------|----------|---------|
| | | T Statistics (O/STERR) | β | T Statistics (O/STERR) | β | |
| 1 | Marketing → Interesse no clube | 0,6530 | 0,0266 | 1,1780 | 0,0536 | 0,0872 |
| 2 | Atmosfera / Entretenimento → Interesse no clube | 1,7259 | 0,1596 | 2,7925 | 0,2397 | 0,5467 |
| 3 | Confiança no Dirigismo → Interesse no clube | 3,5229 | - 0,1947 | 0,6606 | - 0,0331 | 1,6450 |
| 4 | Fator Económico → Interesse no clube | 3,0051 | - 0,1615 | 1,8673 | - 0,1024 | 0,7696 |
| 5 | Qualidade do Futebol → Interesse no clube | 0,0075 | - 0,0004 | 2,0195 | - 0,1323 | 0,6544 |
| 6 | Performance Desportivo → Interesse no clube | 3,9515 | 0,2966 | 3,9457 | 0,2518 | 0,3551 |
| 7 | Marketing → Atmosfera / Entretenimento | 2,8955 | 0,1710 | 2,1028 | 0,1006 | 0,8837 |
| 8 | Família → Violência / Segurança | 4,3634 | 0,2592 | 0,3457 | - 0,0125 | 4,6053 |
| 9 | Família → Horários dos Jogos | 2,2469 | 0,1765 | 0,5655 | - 0,0361 | 2,6709 |
| 10 | Horários dos Jogos → Fico em Casa | 1,5058 | 0,1105 | 2,9506 | - 0,2636 | 1,3772 |
| 11 | Distância / Acessibilidades → Fator Económico | 3,6001 | 0,2263 | 2,2669 | 0,1744 | 0,5744 |
| 12 | Confiança no Dirigismo → Fator Económico | 6,5946 | 0,3799 | 6,3245 | 0,3352 | 0,5299 |
| 13 | Qualidade das Infraestruturas → Fico em Casa | 2,2609 | 0,1449 | 2,0707 | 0,1110 | 0,3311 |
| 14 | Transmissões Televisivas → Fico em Casa | 4,0137 | 0,2823 | 5,4895 | 0,3158 | 0,2818 |
| 15 | Competitividade → Fico em Casa | 1,3463 | - 0,0793 | 1,8652 | 0,0821 | 2,2138 |
| 16 | Atmosfera / Entretenimento → Fico em Casa | 2,2181 | 0,1473 | 0,6413 | 0,0219 | 1,4753 |
| 17 | Violência / Segurança → Fico em Casa | 0,4309 | 0,0219 | 1,4443 | 0,0772 | 0,2430 |
| 18 | Família → Fico em Casa | 1,1218 | 0,0623 | 0,9905 | 0,0374 | 0,2908 |
| 19 | Interação Social → Fico em Casa | 2,3082 | - 0,1671 | 3,1974 | - 0,1620 | 0,0719 |
| 20 | Distância / Acessibilidades → Fico em Casa | 1,2314 | 0,0688 | 0,5657 | - 0,0162 | 1,9769 |
| 21 | Fator Económico → Fico em Casa | 1,3256 | - 0,0648 | 0,3781 | - 0,0125 | 0,6356 |
| 22 | Qualidade do Futebol → Fico em Casa | 0,4773 | - 0,0245 | 1,4147 | - 0,0751 | 0,0027 |
| 23 | Performance Desportivo → Fico em Casa | 2,9912 | - 0,2097 | 0,5192 | - 0,0195 | 1,9896 |
| 24 | Interesse no clube → Fico em Casa | 2,5720 | 0,1623 | 3,4847 | 0,2128 | 0,5667 |

Divisão por Clube

| Hipótese | Benfica | | Sporting | | T Value | Benfica | | Porto | | T Value |
|----------|-----------------------------|----------|-----------------------------|----------|---------|-----------------------------|----------|-----------------------------|----------|---------|
| | T Statistics (O/STERR) | β | T Statistics (O/STERR) | β | | T Statistics (O/STERR) | β | T Statistics (O/STERR) | β | |
| 1 | 1,3085 | 0,0626 | 3,2997 | 0,2679 | 1,8017 | 1,3085 | 0,0626 | 2,0030 | 0,1589 | 0,9997 |
| 2 | 1,2626 | 0,0923 | 1,6037 | 0,1766 | 0,5742 | 1,2626 | 0,0923 | 0,3677 | 0,0278 | 0,1482 |
| 3 | 2,7562 | - 0,2727 | 2,1526 | - 0,1838 | 0,6855 | 2,7562 | - 0,2727 | 0,7290 | 0,0571 | 2,7155 |
| 4 | 0,2085 | - 0,0117 | 1,9715 | - 0,1307 | 0,5791 | 0,2085 | - 0,0117 | 2,6088 | - 0,2390 | 1,3389 |
| 5 | 1,3389 | - 0,0890 | 0,1545 | - 0,0110 | 0,2468 | 1,3389 | - 0,0890 | 1,0443 | 0,0793 | 2,1457 |
| 6 | 2,1373 | 0,2464 | 0,5420 | 0,0423 | 1,0103 | 2,1373 | 0,2464 | 1,4685 | - 0,1158 | 2,2637 |
| 7 | 0,2430 | 0,0149 | 2,6040 | 0,2004 | 1,1840 | 0,2430 | 0,0149 | 4,2135 | 0,4019 | 2,9401 |
| 8 | 1,2032 | 0,0844 | 1,2200 | 0,0661 | 0,2326 | 1,2032 | 0,0844 | 1,7910 | 0,2381 | 1,2264 |
| 9 | 1,9296 | 0,1754 | 2,6374 | 0,2417 | 0,6338 | 1,9296 | 0,1754 | 0,8802 | - 0,0920 | 2,5722 |
| 10 | 1,5098 | -0,2369 | 0,0831 | -0,0105 | 0,3010 | 1,5098 | -0,2369 | 0,9083 | 0,1113 | 0,0593 |
| 11 | 1,6750 | 0,1030 | 2,5081 | 0,2932 | 1,1692 | 1,6750 | 0,1030 | 2,0132 | 0,2434 | 1,4320 |
| 12 | 10,2057 | 0,5613 | 2,4642 | 0,2406 | 2,6771 | 10,2057 | 0,5613 | 1,6507 | 0,1753 | 3,1739 |
| 13 | 2,3642 | 0,1865 | 0,2752 | 0,0201 | 0,7917 | 2,3642 | 0,1865 | 1,1111 | - 0,0966 | 2,7808 |
| 14 | 3,1838 | 0,2287 | 2,5884 | 0,2065 | 0,1711 | 3,1838 | 0,2287 | 3,4770 | 0,3480 | 0,9532 |
| 15 | 2,2791 | 0,1526 | 0,2306 | - 0,0148 | 2,2572 | 2,2791 | 0,1526 | 0,2530 | 0,0135 | 0,6132 |
| 16 | 1,5927 | 0,1262 | 1,6310 | 0,1042 | 0,3278 | 1,5927 | 0,1262 | 2,4057 | 0,1979 | 0,7581 |
| 17 | 1,4255 | 0,1082 | 1,7841 | 0,1599 | 0,3095 | 1,4255 | 0,1082 | 2,1187 | - 0,1982 | 2,6886 |
| 18 | 0,4240 | 0,0220 | 0,9935 | 0,0621 | 0,0717 | 0,4240 | 0,0220 | 1,5206 | 0,1648 | 1,0658 |
| 19 | 2,5719 | - 0,2110 | 2,4266 | - 0,1769 | 0,6083 | 2,5719 | - 0,2110 | 0,5282 | - 0,0477 | 0,9349 |
| 20 | 0,7076 | 0,0345 | 0,7325 | 0,0584 | 0,5630 | 0,7076 | 0,0345 | 0,2705 | - 0,0165 | 1,8471 |
| 21 | 2,2813 | - 0,1389 | 1,1643 | - 0,0763 | 0,4427 | 2,2813 | - 0,1389 | 0,9567 | - 0,0746 | 0,2316 |
| 22 | 1,4364 | - 0,0787 | 2,5332 | - 0,2060 | 0,9267 | 1,4364 | - 0,0787 | 1,4194 | - 0,1427 | 0,6053 |
| 23 | 1,2838 | - 0,0768 | 1,3452 | - 0,0901 | 0,0078 | 1,2838 | - 0,0768 | 1,8413 | - 0,1445 | 0,3749 |
| 24 | 2,5736 | 0,1637 | 0,6552 | 0,0384 | 0,8327 | 2,5736 | 0,1637 | 2,1799 | 0,2351 | 0,5871 |

| Hipótese | Benfica | | Outros Clubes | | T Value | Sporting | | Porto | | T Value |
|----------|-----------------------------|----------|-----------------------------|----------|---------|-----------------------------|----------|-----------------------------|----------|---------|
| | T Statistics (O/STERR) | β | T Statistics (O/STERR) | β | | T Statistics (O/STERR) | β | T Statistics (O/STERR) | β | |
| 1 | 1,3085 | 0,0626 | 1,4739 | - 0,1141 | 2,3151 | 3,2997 | 0,2679 | 2,0030 | 0,1589 | 0,6843 |
| 2 | 1,2626 | 0,0923 | 1,5994 | 0,1856 | 0,5658 | 1,6037 | 0,1766 | 0,3677 | 0,0278 | 0,6073 |
| 3 | 2,7562 | - 0,2727 | 0,0963 | 0,0063 | 2,6550 | 2,1526 | - 0,1838 | 0,7290 | 0,0571 | 2,3358 |
| 4 | 0,2085 | - 0,0117 | 1,4808 | - 0,1243 | 0,6017 | 1,9715 | - 0,1307 | 2,6088 | - 0,2390 | 0,7708 |
| 5 | 1,3389 | - 0,0890 | 1,2852 | - 0,1190 | 0,2101 | 0,1545 | - 0,0110 | 1,0443 | 0,0793 | 1,8227 |
| 6 | 2,1373 | 0,2464 | 0,1542 | 0,0096 | 0,9344 | 0,5420 | 0,0423 | 1,4685 | - 0,1158 | 1,8807 |
| 7 | 0,2430 | 0,0149 | 1,0041 | 0,0742 | 0,2088 | 2,6040 | 0,2004 | 4,2135 | 0,4019 | 1,6389 |
| 8 | 1,2032 | 0,0844 | 2,2363 | 0,2238 | 1,0194 | 1,2200 | 0,0661 | 1,7910 | 0,2381 | 1,5091 |
| 9 | 1,9296 | 0,1754 | 0,8345 | - 0,0825 | 2,3781 | 2,6374 | 0,2417 | 0,8802 | - 0,0920 | 3,1370 |
| 10 | 1,5098 | - 0,2369 | 2,2142 | 0,2527 | 0,3252 | 0,0831 | - 0,0105 | 0,9083 | 0,1113 | 0,2048 |
| 11 | 1,6750 | 0,1030 | 1,6761 | 0,2099 | 1,0089 | 2,5081 | 0,2932 | 2,0132 | 0,2434 | 0,1253 |
| 12 | 10,2057 | 0,5613 | 2,3691 | 0,2878 | 2,1004 | 2,4642 | 0,2406 | 1,6507 | 0,1753 | 0,3075 |
| 13 | 2,3642 | 0,1865 | 1,1581 | 0,0855 | 0,4955 | 0,2752 | 0,0201 | 1,1111 | - 0,0966 | 2,1894 |
| 14 | 3,1838 | 0,2287 | 3,2563 | 0,3022 | 0,6827 | 2,5884 | 0,2065 | 3,4770 | 0,3480 | 0,7526 |
| 15 | 2,2791 | 0,1526 | 0,5349 | - 0,0343 | 2,1900 | 0,2306 | - 0,0148 | 0,2530 | 0,0135 | 1,6524 |
| 16 | 1,5927 | 0,1262 | 1,4964 | 0,1127 | 0,0501 | 1,6310 | 0,1042 | 2,4057 | 0,1979 | 1,1973 |
| 17 | 1,4255 | 0,1082 | 1,7038 | - 0,1506 | 2,1747 | 1,7841 | 0,1599 | 2,1187 | - 0,1982 | 2,6789 |
| 18 | 0,4240 | 0,0220 | 1,2164 | 0,0827 | 0,2546 | 0,9935 | 0,0621 | 1,5206 | 0,1648 | 0,9349 |
| 19 | 2,5719 | - 0,2110 | 1,2265 | - 0,0958 | 1,0441 | 2,4266 | - 0,1769 | 0,5282 | - 0,0477 | 0,4388 |
| 20 | 0,7076 | 0,0345 | 1,3824 | 0,0938 | 0,3394 | 0,7325 | 0,0584 | 0,2705 | - 0,0165 | 1,7635 |
| 21 | 2,2813 | - 0,1389 | 0,8765 | - 0,0547 | 0,5566 | 1,1643 | - 0,0763 | 0,9567 | - 0,0746 | 0,1621 |
| 22 | 1,4364 | - 0,0787 | 0,0834 | 0,0048 | 2,1270 | 2,5332 | - 0,2060 | 1,4194 | - 0,1427 | 0,2077 |
| 23 | 1,2838 | - 0,0768 | 0,2272 | 0,0122 | 1,8944 | 1,3452 | - 0,0901 | 1,8413 | - 0,1445 | 0,3429 |
| 24 | 2,5736 | 0,1637 | 4,7532 | 0,3987 | 2,2689 | 0,6552 | 0,0384 | 2,1799 | 0,2351 | 1,2475 |

| Hipótese | Sporting | | Outros Clubes | | T Value | Porto | | Outros Clubes | | T Value |
|----------|-----------------------------|----------|-----------------------------|----------|---------|-----------------------------|----------|-----------------------------|----------|---------|
| | T Statistics (O/STERR) | β | T Statistics (O/STERR) | β | | T Statistics (O/STERR) | β | T Statistics (O/STERR) | β | |
| 1 | 3,2997 | 0,2679 | 1,4739 | - 0,1141 | 3,1025 | 2,0030 | 0,1589 | 1,4739 | - 0,1141 | 2,5878 |
| 2 | 1,6037 | 0,1766 | 1,5994 | 0,1856 | 0,0127 | 0,3677 | 0,0278 | 1,5994 | 0,1856 | 0,6473 |
| 3 | 2,1526 | - 0,1838 | 0,0963 | 0,0063 | 2,2555 | 0,7290 | 0,0571 | 0,0963 | 0,0063 | 0,2273 |
| 4 | 1,9715 | - 0,1307 | 1,4808 | - 0,1243 | 0,0762 | 2,6088 | - 0,2390 | 1,4808 | - 0,1243 | 0,6234 |
| 5 | 0,1545 | - 0,0110 | 1,2852 | - 0,1190 | 0,4090 | 1,0443 | 0,0793 | 1,2852 | - 0,1190 | 2,0453 |
| 6 | 0,5420 | 0,0423 | 0,1542 | 0,0096 | 0,0192 | 1,4685 | - 0,1158 | 0,1542 | 0,0096 | 2,1715 |
| 7 | 2,6040 | 0,2004 | 1,0041 | 0,0742 | 0,8531 | 4,2135 | 0,4019 | 1,0041 | 0,0742 | 2,4823 |
| 8 | 1,2200 | 0,0661 | 2,2363 | 0,2238 | 1,3524 | 1,7910 | 0,2381 | 2,2363 | 0,2238 | 0,2859 |
| 9 | 2,6374 | 0,2417 | 0,8345 | - 0,0825 | 2,9570 | 0,8802 | - 0,0920 | 0,8345 | - 0,0825 | 0,2445 |
| 10 | 0,0831 | - 0,0105 | 2,2142 | 0,2527 | 0,5261 | 0,9083 | 0,1113 | 2,2142 | 0,2527 | 0,3453 |
| 11 | 2,5081 | 0,2932 | 1,6761 | 0,2099 | 0,1518 | 2,0132 | 0,2434 | 1,6761 | 0,2099 | 0,2815 |
| 12 | 2,4642 | 0,2406 | 2,3691 | 0,2878 | 0,3203 | 1,6507 | 0,1753 | 2,3691 | 0,2878 | 0,5939 |
| 13 | 0,2752 | 0,0201 | 1,1581 | 0,0855 | 0,2590 | 1,1111 | - 0,0966 | 1,1581 | 0,0855 | 2,4689 |
| 14 | 2,5884 | 0,2065 | 3,2563 | 0,3022 | 0,4924 | 3,4770 | 0,3480 | 3,2563 | 0,3022 | 0,2593 |
| 15 | 0,2306 | - 0,0148 | 0,5349 | - 0,0343 | 0,0600 | 0,2530 | 0,0135 | 0,5349 | - 0,0343 | 1,8834 |
| 16 | 1,6310 | 0,1042 | 1,4964 | 0,1127 | 0,2759 | 2,4057 | 0,1979 | 1,4964 | 0,1127 | 0,8682 |
| 17 | 1,7841 | 0,1599 | 1,7038 | - 0,1506 | 2,2203 | 2,1187 | - 0,1982 | 1,7038 | - 0,1506 | 0,5348 |
| 18 | 0,9935 | 0,0621 | 1,2164 | 0,0827 | 0,1655 | 1,5206 | 0,1648 | 1,2164 | 0,0827 | 0,7333 |
| 19 | 2,4266 | - 0,1769 | 1,2265 | - 0,0958 | 0,5324 | 0,5282 | - 0,0477 | 1,2265 | - 0,0958 | 0,0641 |
| 20 | 0,7325 | 0,0584 | 1,3824 | 0,0938 | 0,2185 | 0,2705 | - 0,0165 | 1,3824 | 0,0938 | 1,8872 |
| 21 | 1,1643 | - 0,0763 | 0,8765 | - 0,0547 | 0,1161 | 0,9567 | - 0,0746 | 0,8765 | - 0,0547 | 0,2804 |
| 22 | 2,5332 | - 0,2060 | 0,0834 | 0,0048 | 2,3906 | 1,4194 | - 0,1427 | 0,0834 | 0,0048 | 2,0850 |
| 23 | 1,3452 | - 0,0901 | 0,2272 | 0,0122 | 1,7477 | 1,8413 | - 0,1445 | 0,2272 | 0,0122 | 2,1206 |
| 24 | 0,6552 | 0,0384 | 4,7532 | 0,3987 | 3,1021 | 2,1799 | 0,2351 | 4,7532 | 0,3987 | 1,2314 |